

**T.C.  
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
KAMU YÖNETİMİ ANABİLİM DALI  
KAMU YÖNETİMİ PROGRAMI  
DOKTORA TEZİ**

**STRATEJİK OY VERME DAVRANIŞI**

**Betül AYDOĞAN ÜNAL**

**Danışman:  
Prof. Dr. Ayşen UYSAL**

**İZMİR – 2016**

**DOKTORA**  
**TEZ ONAY SAYFASI**

2011800647

**Üniversite** : Dokuz Eylül Üniversitesi  
**Enstitü** : Sosyal Bilimler Enstitüsü  
**Adı ve Soyadı** : Betül AYDOĞAN ÜNAL  
**Tez Başlığı** : Stratejik Oy Verme Davranışı  
**Savunma Tarihi** : 30/03/2016  
**Danışmanı** : Prof.Dr.Ayşen UYSAL

**JÜRİ ÜYELERİ**

<b><u>Ünvanı, Adı, Soyadı</u></b>	<b><u>Üniversitesi</u></b>	<b><u>İmza</u></b>
Prof.Dr.Ayşen UYSAL	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ	
Yrd.Doç.Dr.Mehmet Naci SEVKAL	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ	
Prof.Dr.Tanju TOSUN	EGE ÜNİVERSİTESİ	
Doç.Dr.Çiğdem ÜSTÜN	GEDİZ ÜNİVERSİTESİ	
Prof.Dr.Nazif MANDACI	YAŞAR ÜNİVERSİTESİ	

Oybirliği (✓)

Oy Çokluğu ( )

Betül AYDOĞAN ÜNAL tarafından hazırlanmış ve sunulmuş "Stratejik Oy Verme Davranışı" başlıklı tezi kabul edilmiştir.

**Prof.Dr. Mustafa Yaşar TINAR**  
**Enstitü Müdürü**

## YEMİN METNİ

Doktora Tezi olarak sunduğum “Stratejik Oy Verme Davranışı” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden olduğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

.../.../.....

Betül AYDOĞAN ÜNAL

## ÖZET

Doktora Tezi

Stratejik Oy Verme Davranışı

Betül AYDOĞAN ÜNAL

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Kamu Yönetimi Anabilim Dalı

Kamu Yönetimi Programı

Bu tez çalışmasında; ekolojik çıkarım konusunda geliştirilen son tekniklerin uygulanarak sandık bazında seçim sonuçlarının analiz edilmesiyle alanda ilk kez 2009 ve 2014 Mahalli İdareler Genel Seçimlerinde (yerel seçimler) stratejik oy verme davranışının boyutunu ve yönünü içeren veri seti oluşturulmaktadır. Bu yaklaşım, iki önemli avantaj sunar. Birincisi, sandık seviyesinde veri kullanılması gizli oy sebebiyle oluşan belirsizliğin hata payının daralmasını sağlamaktadır. İkincisi, yerel seçimlerde uygulanan karma seçim sisteminde seçmenler sandık başına gittiklerinde hem belediye başkanlığı hem de belediye meclis üyeliği seçimi için oy kullanırlar. Özdeş şartlarda gerçekleşen bu iki seçimin sonuçları arasında yapılan bir karşılaştırma, oy verme kararındaki etkili olan bireysel unsurların aynı olmasını sağladığı için yapısal unsurların etkisini daha net ortaya çıkarır.

Bu tez çalışmasının ana amacı; King'in Ekolojik Çıkarım (EI) modelini uygulayarak 2009 ve 2014 yerel seçimlerinde gerçekleşen stratejik oy verme davranışının boyutunun ve yönünün tespit edilmesidir. Ekolojik çıkarım sonucu oluşan veri seti kullanılarak stratejik davranan seçmenlerin yaklaşımları iki farklı senaryo ve parti bazlı olarak karşılaştırmalı olarak ele alınmaktadır. Çalışmanın sonucunda elde edilen bulgulara göre; stratejik davranan seçmenler daha yaygın olarak ilk senaryo olan en kötüden kaçınmaya yönelik oy vermektedir. Ayrıca, stratejik davranış diğer illere kıyasla büyükşehirlerde daha fazla görülmektedir. Belediye başkanlık yarışından ikinci ve üçüncü

**sırada yer alan adayların oy oranları birbirine yaklaştıkça stratejik oy verme ihtimali azalmaktadır. Sonuç olarak bu çalışma, 2009 ve 2014 yerel seçimlerde birçok belediye başkanlık seçiminin sonucunu belirlediği için stratejik oy verme davranışının siyaseten çok etkili olduğunu ortaya koymaktadır.**

**Anahtar Kelimeler: Seçmen Davranışı, Yerel Seçimler, Türkiye Seçimleri, Ekolojik Çıkarım, Siyasi Partiler.**



## **ABSTRACT**

**Doctoral Thesis**

**Doctor of Philosophy (PhD)**

**Strategic Voting Behavior**

**Betül AYDOĞAN ÜNAL**

**Dokuz Eylül University**

**Graduate School of Social Sciences**

**Department of Public Administration**

**Public Administration Program**

**By using latest advances in ecological inference and using actual data from the election results on a ballot box level, this dissertation offers a first-cut dataset on the predicted percentage and the direction of strategic voting in 2009 and 2014 local elections. This approach has two main advantages: Firstly, the use of ballot level data enables to narrow down the margin of error stemming from secret voting. Secondly, the setting of local elections offers an ideal opportunity to study influences of electoral rules on voting behavior by holding individual characteristics constant: A voter casts two separate votes under two election rules for mayoral elections and city council elections.**

**The main aim of this dissertation is to determine the size and the direction of strategic voting in 2009 and 2014 Turkish local elections by employing King's ecological inference model (EI). In doing so, it uses ballot box level data to infer the extent to which citizens casted their votes for a candidate other than their most preferred ones and tests the two strategic voting scenarios with respect to each party. The empirical findings indicate that the first scenario**

– settling for a “lesser evil” to prevent a worse outcome– is more frequently employed by Turkish voters. Moreover, strategic voting is more commonly observed in metropolitan areas than the other provinces. As the difference between electoral support for the second runner and third runner contracts, the probability of strategic voting declines. In the end, this study shows that strategic voting is very influential politically, as it determines the result of certain mayoral elections in 2009 and 2014.

**Keywords: Voting Behavior, Local Elections, Turkish Elections, Ecological Inference, Political Parties.**



# STRATEJİK OY VERME DAVRANIŞI

## İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
KISALTMALAR	x
TABLolar LİSTESİ	xi
HARİTALAR LİSTESİ	xiv
GRAFİKLER LİSTESİ	xv
EKLER LİSTESİ	xvi
GİRİŞ	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### SEÇMEN DAVRANIŞI MODELLERİ

1.1. SOSYOLOJİK MODEL	23
1.2. PARTİ KİMLİĞİ MODELİ	31
1.3. RASYONEL TERCİH MODELİ	35
1.4. STRATEJİK OY VERME MODELİ	46

## İKİNCİ BÖLÜM

### STRATEJİK OY VERME DAVRANIŞI

2.1. DUVERGER KANUNU	59
2.2. DUVERGERCİ OLMAYAN DENGİ	62
2.3. DOWNS KANUNU	65
2.4. STRATEJİK OY VERMEYİ ETKİLEYEN UNSURLAR	69
2.4.1. Bireysel Unsurlar	70



2.4.2. Yapısal Unsurlar	72
2.5. STRATEJİK OY VERME ÜZERİNE BAZI AMPİRİK ÇALIŞMALAR	83
2.6. STRATEJİK OY VERME ÇALIŞMALARINDA KULLANILAN YÖNTEMLER	87
2.6.1. Anket Yöntemi	88
2.6.2. Ekolojik Çıkarım Yöntemi	94
2.7. KING'İN EKOLOJİK ÇIKARIM YÖNTEMİ	96
2.8. MODELİN MATEMATİKSEL FORMÜLASYONU	97

**ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**  
**YEREL SEÇİMLERDE**  
**STRATEJİK OY VERME DAVRANIŞININ ANALİZİ**

3.1. TÜRKİYE YEREL SEÇİMLERİNE GENEL BAKIŞ	115
3.2. TÜRKİYE YEREL SEÇİM SONUÇLARI	118
3.2.1. 2009 Seçimleri	122
3.2.2. 2014 Seçimleri	123
3.3. STRATEJİK OY VERME SENARYOLARI	125
3.3.1. En Kötüden Kaçınma	125
3.3.2. Oyunu Harcamaktan Kaçınma	126
3.4. HİPOTEZLER	128
3.5. EI MODELİNİN YEREL SEÇİMLERE UYGULANMASI	129
3.6. VERİ	142
3.7. EI MODELİNİN ÖRNEK UYGULAMALARI	147
3.7.1. Ardahan Örneği	147
3.7.2. Hatay Örneği	157
3.8. HİPOTEZ TESTLERİ	168
SONUÇ	204
KAYNAKLAR	213
EKLER	

## **KISALTMALAR**

<b>AB:</b>	Avrupa Birliği
<b>ABD:</b>	Amerika Birleşik Devletleri
<b>AKP:</b>	Adalet ve Kalkınma Partisi
<b>ANAP:</b>	Anavatan Partisi
<b>AP:</b>	Adalet Partisi
<b>BBP:</b>	Büyük Birlik Partisi
<b>BDP:</b>	Barış ve Demokrasi Partisi
<b>CHP:</b>	Cumhuriyet Halk Partisi
<b>DP:</b>	Demokrat Parti
<b>DSP:</b>	Demokratik Sol Parti
<b>DTP:</b>	Demokratik Toplum Partisi
<b>DYP:</b>	Doğru Yol Partisi
<b>Eİ:</b>	Ekolojik Çıkarım
<b>FP:</b>	Fazilet Partisi
<b>HDP:</b>	Halkların Demokratik Partisi
<b>HÜDAPAR:</b>	Hür Dava Partisi
<b>MHP:</b>	Milliyetçi Hareket Partisi
<b>SCF:</b>	Serbest Cumhuriyet Fırkası
<b>SHP:</b>	Sosyaldemokrat Halkçı Parti
<b>SODEP:</b>	Sosyal Demokrasi Partisi
<b>SP:</b>	Saadet Partisi
<b>SSCB:</b>	Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
<b>YSK:</b>	Yüksek Seçim Kurulu

## TABLolar LİSTESİ

<b>Tablo 1:</b> Üç Partili Seçim Sonucu Örneği	s.9
<b>Tablo 2:</b> i Nolu Seçim Bölgesinde Cinsiyete Göre Oy Dağılımı	s. 98
<b>Tablo 3:</b> i Nolu Seçim Bölgesinde Cinsiyete Göre Oy Dağılımı (2)	s. 101
<b>Tablo 4:</b> Yerel Seçim Sonuçları (1963-1977)	s. 119
<b>Tablo 5:</b> Yerel Seçim Sonuçları (1984-2014)	s. 120
<b>Tablo 6:</b> Yerel Seçimlerde Parçalanma, Oynaklık ve Etkin Parti Sayısı (1963-2014)	s. 122
<b>Tablo 7:</b> 29 Mart 2009 Yerel Seçim Sonuçları	s. 123
<b>Tablo 8:</b> 30 Mart 2014 Yerel Seçim Sonuçları	s. 124
<b>Tablo 9:</b> i Numaralı Sandık İçin 2014 Mahalli İdareler Genel Seçim Sonucu	s. 129
<b>Tablo 10:</b> i Nolu Sandık için 2014 Mahalli İdareler Genel Seçim Sonucu (2)	s. 133
<b>Tablo 11:</b> Çok Partili Seçimler İçin $\beta_i$ Hesaplaması	s. 142
<b>Tablo 12:</b> 2014 Ankara Büyükşehir Belediye Oy Dağılımı	s. 144
<b>Tablo 13:</b> 2014 Ankara Büyükşehir Belediye Oy Dağılımı (2)	s. 145
<b>Tablo 14:</b> 2014 Ankara Büyükşehir Belediye Oy Dağılımı (3)	s. 145
<b>Tablo 15:</b> 2014 Ardahan Sandık Bazlı Seçim Sonuçları	s. 148
<b>Tablo 16:</b> 2014 Ardahan Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı	s. 156
<b>Tablo 17:</b> 2014 Hatay İli Yerel Seçim Sonuçları	s. 158
<b>Tablo 18:</b> Hatay Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı	s. 167
<b>Tablo 19:</b> İki'den Fazla Adayın %10'un Üzerinde Oy Aldığı İller (2009)	s. 170
<b>Tablo 20:</b> İki'den Fazla Adayın %10'un Üzerinde Oy Aldığı İller (2014)	s. 172
<b>Tablo 21:</b> 2009 Yerel Seçimleri Büyükşehirler-Diğer İller Karşılaştırması	

	s. 174
<b>Tablo 22:</b> Büyükşehirlerde Stratejik Oy Verme Davranışı (2009)	s. 174
<b>Tablo 23:</b> 2014 Yerel Seçimleri Büyükşehirler-Diğer İller Karşılaştırması	s. 175
<b>Tablo 24:</b> Büyükşehirlerde Stratejik Oy Verme Davranışı (2014)	s. 175
<b>Tablo 25:</b> MHP Seçmeninin Stratejik Davranabilme Durumuyla Karşılaştığı İller (2009)	s. 178
<b>Tablo 26:</b> 2009 Yerel Seçimlerinde MHP'nin Stratejik Oy Dağılımı	s. 179
<b>Tablo 27:</b> MHP Seçmeninin Oyunu Harcamama Stratejisini Uyguladığı İller (2009)	s. 180
<b>Tablo 28:</b> MHP Seçmeninin En Kötüden Kaçınma Stratejisini Uyguladığı İller (2009)	s. 181
<b>Tablo 29:</b> MHP Seçmeninin Stratejik Davranabilme Durumuyla Karşılaştığı İller (2014)	s. 182
<b>Tablo 30:</b> MHP Seçmeninin Oyunu Harcamama Stratejisini Uyguladığı İller (2014)	s. 183
<b>Tablo 31:</b> MHP Seçmeninin En Kötüden Kaçınma Stratejisini Uyguladığı İller (2014)	s. 184
<b>Tablo 32:</b> MHP Seçmeninin Uyguladığı Strateji Senaryolarının Dağılımı (2009-2014)	s. 185
<b>Tablo 33:</b> CHP Seçmeninin Stratejik Davranabilme Durumuyla Karşılaştığı İller (2009)	s. 186
<b>Tablo 34:</b> CHP Seçmeninin Oyunu Harcamama Stratejisini Uyguladığı İller (2009)	s. 187
<b>Tablo 35:</b> CHP Seçmeninin En Kötüden Kaçınma Stratejisini Uyguladığı İller (2009)	s. 188

<b>Tablo 36:</b> CHP Seçmeninin Stratejik Davranabilme Durumuyla Karşılaştığı İller (2014)	s. 190
<b>Tablo 37:</b> CHP Seçmeninin En Kötüden Kaçınma Stratejisini Uyguladığı İller (2014)	s. 190
<b>Tablo 38:</b> CHP Seçmeninin Uyguladığı Strateji Senaryolarının Dağılımı (2009-2014)	s. 191
<b>Tablo 39:</b> AKP Seçmeninin Stratejik Davranabilme Durumuyla Karşılaştığı İller (2009)	s. 192
<b>Tablo 40:</b> AKP Seçmeninin Stratejik Davranabilme Durumuyla Karşılaştığı İller (2014)	s. 193
<b>Tablo 41:</b> DTP'nin Seçim Yarışında Önde Olduğu İller (2009)	s. 194
<b>Tablo 42:</b> BDP'nin Seçim Yarışında Önde Olduğu İller (2014)	s. 195
<b>Tablo 43:</b> Diyarbakır Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı (2014)	s. 196
<b>Tablo 44:</b> Mardin Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı (2014)	s. 196
<b>Tablo 45:</b> Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı (2014)	s. 196
<b>Tablo 46:</b> Van Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı (2014)	s. 197
<b>Tablo 47:</b> Tüm Seçmenlerin Uyguladığı Strateji Senaryolarının Dağılımı (2009)	s. 198
<b>Tablo 48:</b> Tüm Seçmenlerin Uyguladığı Strateji Senaryolarının Dağılımı (2014)	s. 200
<b>Tablo 49:</b> Tüm Seçmenlerin Uyguladığı Strateji Senaryolarının Dağılımı (2009-2014)	s. 201

## HARİTALAR LİSTESİ

- Harita 1:** MHP Seçmeninin Oyunu Harcamama Stratejisini Uyguladığı İller (2009) s. 180
- Harita 2:** MHP Seçmeninin En Kötüden Kaçınma Stratejisini Uyguladığı İller (2009) s. 181
- Harita 3:** MHP Seçmeninin Oyunu Harcamama Stratejisini Uyguladığı İller (2014) s. 184
- Harita 4:** MHP Seçmeninin En Kötüden Kaçınma Stratejisini Uyguladığı İller (2014) s. 185
- Harita 5:** CHP Seçmeninin Oyunu Harcamama Stratejisini Uyguladığı İller (2009) s. 188
- Harita 6:** CHP Seçmeninin En Kötüden Kaçınma Stratejisini Uyguladığı İller (2009) s. 189
- Harita 7:** CHP Seçmeninin En Kötüden Kaçınma Stratejisini Uyguladığı İller (2014) s. 191
- Harita 8:** Strateji Senaryolarının Uygulanabileceği İller (2009) s. 198
- Harita 9:** Stratejik Oy Verme Davranışının Görüldüğü İller (2009) s. 199
- Harita 10:** Strateji Senaryolarının Uygulanabileceği İller (2014) s. 200
- Harita 11:** Stratejik Oy Verme Davranışının Görüldüğü İller (2014) s. 201

## GRAFİKLER LİSTESİ

<b>Grafik 1:</b> $\beta_i^{B,A}$ ve $\beta_i^{A,A}$ Değerleri için Tomografi Haritası	s. 136
<b>Grafik 2:</b> 2014 Ardahan Sandık Bazlı Farklar (AKP)	s. 150
<b>Grafik 3:</b> 2014 Ardahan Sandık Bazlı Farklar (CHP)	s. 151
<b>Grafik 4:</b> 2014 Ardahan Sandık Bazlı Farklar (MHP)	s. 152
<b>Grafik 5:</b> 2014 Ardahan Sandık Bazlı Farklar (DP)	s. 153
<b>Grafik 6:</b> 2014 Ardahan Sandık Bazlı Farklar (BDP)	s. 154
<b>Grafik 7:</b> 2014 Ardahan Sandık Bazlı Farklar (Tüm Partiler)	s. 155
<b>Grafik 8:</b> 2014 Hatay Sandık Bazlı Farklar (AKP)	s. 159
<b>Grafik 9:</b> 2014 Hatay Sandık Bazlı Farklar (CHP)	s. 160
<b>Grafik 10:</b> 2014 Hatay Sandık Bazlı Farklar (MHP)	s. 161
<b>Grafik 11:</b> 2014 Hatay Sandık Bazlı Farklar (HDP)	s. 162
<b>Grafik 12:</b> 2014 Hatay Sandık Bazlı Farklar (SP)	s. 163
<b>Grafik 13:</b> 2014 Hatay Sandık Bazlı Farklar (BBP)	s. 164
<b>Grafik 14:</b> 2014 Hatay Sandık Bazlı Farklar (Tüm Partiler)	s. 166
<b>Grafik 15:</b> 2009 Yerel Seçimleri S/F Dağılımı	s. 169
<b>Grafik 16:</b> 2014 Yerel Seçimleri S/F Dağılımı	s. 171

## **EKLER LİSTESİ**

<b>Ek 1:</b> 2009 Yerel Seçimleri İl Bazlı Oy Dağılımı	ek s.2
<b>Ek 2:</b> 2014 Yerel Seçimleri İl Bazlı Oy Dağılımı	ek s.18
<b>Ek3:</b> R Kodu	ek s.36





## GİRİŞ

Kurumsallaşmış parti sistemlerinde toplumun genelinin aidiyet geliştirdiği siyasi partiler vardır ve bu partilere yönelik seçmen tercihleri uzun yıllarsürekliliğini korur. Zayıf kurumsallaşmış parti sistemlerinde ise siyasi partilerin toplumda derin kökleri yoktur. Partilere aidiyet geliştiren kişilerin sayısı, toplumun geneli düşünüldüğünde çok azdır. Seçmen tercihleri bir seçimden diğerine büyük farklılık gösterir. Benzer bir süreksizlik hali siyasi partilerde de yaşanır: bir seçimi kazanan parti, bir sonraki seçimde yok olabilir ya da ilk kez seçimlere giren bir parti tek başına hükümeti kurabilecek çoğunluğu elde edebilir. Kurumsalcılık yaklaşımına göre, parti sisteminde ve seçmen tercihlerinde yaşanan dalgalanmalar seçim sisteminden kaynaklanmaktadır.

Seçim sistemlerinin seçmen davranışını ve partilerin kararlarını etkileyen unsurlar üzerinde belirleyici nitelikte olduğu ilk kez Fransız siyaset bilimci Maurice Duverger tarafından gözlemlenmiştir. Duverger'e (1954) göre; çoğunlukçu sistemlerde en çok oyu alan partinin seçimi kazanması, birçok durumda seçmenlerin neredeyse yarısından fazlasının temsil edilmemesi sonucunu doğurur. Çoğunlukçu sistemler, büyük partilerin seçilme şansını artırırken, küçük partilerin şansını neredeyse yok eder. Bu şartlar altında bir siyasetçi, aday olmak için kazanma şansı olmayan küçük partileri değil, büyük partileri tercih eder. Seçmenler de benzer bir mantıkla hareket ederek en çok tercih ettikleri partinin kazanma şansı yoksa pragmatik düşünerek kazanma ihtimali olan partilere oy atma eğilimini gösterirler. Kazanma ihtimali olmayan bir parti için atılan oy 'harcanan oy' olarak adlandırılır. Uzun vadede bu sistemin devam etmesi küçük partilerin siyasi yelpazenin aşırı uçlarına iterken; iki ya da üç tane büyük partinin siyasi

hayatlarına devam etmelerini sağlar. Çoğunlukçu seçim sistemleri altında parti sistemleri nihayetinde iki ya da iki buçuk partili sistemlere evrilirken, partilerin siyaseten merkeze yakın mevzilenmelerini sağlar. Bu sistemlerde partiler arasında görüş farklılıkları azaldığı için genel olarak daha istikrarlı bir ilerleme sağlanırken; merkeze yakın politikaların üretilmesi gerekliliği partiler arası farkların silikleşmesine yol açar. Partiler, ortalama seçmeni kaybetmeme çabaları sebebiyle aşırı uçlardaki politik eğilimlerden uzaklaşırlar.

Nispi temsil sistemlerinde partiler, seçmenlere bir liste sunarlar ve aldıkları oyla orantılı olarak sandalye sahibi olurlar. Bu sistemlerde temsil hakkı kazanmak için gereken oy sayısı, çoğunlukçu sistemlere göre daha az olduğu için küçük partilerin kurulması ve varlıklarını sürdürebilmeleri daha kolaydır. Bir siyasetçi aday olmak için küçük partileri de tercih edebilir. Küçük partilere kendini yakın hisseden seçmenler, bu partilerin temsil hakkı kazanma şansı olduğu için oylarını harcama korkusu olmadan bu partilere oy atabilirler.

Derinlemesine bölünmüş ve kırılğan toplumlarda nispi temsil sisteminin uygulanması farklı siyasi yaklaşımlara sahip partilerin temsil hakkı elde edebilmesi sebebiyle önemlidir. Ayrıca bu yolla, çoğunlukçu sistemlerde olduğu gibi büyük bir oyun temsil dışı kalmasının da önüne geçilmiş olur. Fakat her durumda nispi temsil sistemleri küçük partilerin temsil hakkı edinebileceği uygun ortamı sağlamaz. Temsil hakkı elde edebilmek için alınması gereken genel oy oranının alt sınırı seçim barajı olarak belirlenir. Barajı geçemeyecek küçük partilerin destekçileri tıpkı çoğunlukçu

sistemlerde olduğu gibi oylarını harcamamak için barajı geçebilecek başka bir alternatifte yönelme durumuyla karşı karşıya kalırlar.

Türkiye, çok partili hayata geçilen günden bugüne demokratik hayata yapılan müdahalelerin sıkça yaşandığı ve seçmenlerin partilere aidiyet bağını kurmakta zorlandığı bir ülkedir. Parti kapatmaları sonucunda görülen süreksizlik hali ve seçmen davranışlarında yaşanan dalgalanmalar, zayıf kurumsallaşmış yapının işaretleri olarak kabul edilebilir. Özellikle seçmen tercihlerinde meydana gelen dalgalanmalar birçok seçimin sonucunu belirlemektedir. Dolayısıyla, Türkiye seçmenlerinin davranışlarının daha iyi anlaşılabilmesi için yaşanan bu dalgalanmaların boyutunun ve yönünün seçim sistemlerinin etkisiyle birlikte değerlendirilerek analiz edilmesi ihtiyacı bir zorunluluğa dönüşür. Fakat bu durum birtakım teorik ve yöntemsel zorlukları beraberinde getirir. Bu tez çalışmasının amacı hem teorik hem de yöntemsel açıdan Türkiye seçmen davranışı analizinde görülen eksikliklerin giderilmesi ve zorlukların aşılması için bir çözüm önermektedir.

Türkiye seçmen davranışı çalışmaları teorik açıdan ele alındığında bazı temel varsayımların yeniden gözden geçirilmesi gerekmektedir. Örneğin doğal işleyişinde seçmenlerin seçimlerde en çok tercih ettikleri partiye<sup>1</sup> oy verdikleri varsayılır. Fakat bu varsayım, her durumda gerçekte olanı yansıtmamaktadır. Sosyolojik ve parti kimliği modelleri gibi geleneksel oy verme modelleri, seçmenlerin oy verme kararını etkileyen unsurları; toplumsal grup kimlikleri ve sadece belli bir partiye karşı hissedilen aidiyet

---

<sup>1</sup> Belli bir parti ya da belli bir adaydan bahsedilmediği durumlarda aday ve parti kavramları birbirinin yerine geçebilir bir biçimde kullanılmaktadır.

duygusuyla sınırlı tutarlar. Rasyonel tercih modeli ise seçmenlerin kendilerine en çok faydayı sağlayacak partiye yöneldiğini ileri sürer. Fakat bazı durumlarda seçmenlerin oya yansıyan tercihleri en çok tercih ettikleri parti olmaz. Bu durumlar, diğer seçmen davranışı modellerinde göz ardı edilirken stratejik oy verme modelinde hesaplamalara dahil edilir.

Stratejik oy verme modeli, rasyonel tercih modelinin içinden doğmuştur ve rasyonel seçmen varsayımını kabul eder. Bu modele göre seçmenler, var olan koşullardan etkilenen pasif rolü bir kenara bırakıp sistemin kendi çıkarları doğrultusunda sonuç vermesi için strateji geliştirip uygulayabilirler. Bazı durumlarda seçmenler, seçimler sonucunda kendilerine en fazla faydayı getirecek senaryonun oluşmasını sağlayacak partiye oylarını yönlendirebilmektedirler. Böyle durumlarda seçmenlerin gözünde seçimler, en çok tercih ettiği partiyi beyan etme aracı değil, kendi ihtiyaçlarına en uygun sonucun üretilmesini sağlayacak aracı bir mekanizmadır. Bu modelin oy verme davranışı analizlerine yapmış olduğu en büyük katkı, atılan oyun renginin her durumda seçmenin en çok tercih ettiği partiyi işaret etmediğini hesaplamalara dahil etmesidir. Bu sebeplerden dolayı bu çalışmada stratejik oy verme modelinin benimsediği teorik bakış açısı kullanılacaktır.

Stratejik davranabilmek için bir seçmen ilk olarak *“Hangi parti seçimi önde bitirecek?”*, *“Hangi partiler arasında koalisyon kurulabilir?”*, *“Seçimi hangi partinin kazanması daha büyük fayda getirir?”* gibi sorularla çeşitli açılardan seçim sonrası oluşabilecek tabloyu düşünür. Daha sonraki adımda, seçim öncesinde seçmenlerin genel oy eğilimlerini göz önünde bulundurur. Buradan hareketle, seçimler yapıldıktan sonra

kendi ihtiyaçlarına en uygun sonucun oluşması için nasıl bir strateji izleyerek hangi partiyi desteklemesi gerektiğine karar verir. Bu davranış literatürde ‘stratejik oy verme’ olarak tanımlanır. Seçmenlerin en fazla tercih ettiği partiden farklı bir partiye oy vermeyi seçtiği durumlardan bazıları şunlardır:

1. Partilerin oy oranlarıyla orantılı olarak parlamentoda sandalye sahibi olduğu nispi temsil sistemlerinde çok sesliliği sağlamak amacıyla ve en çok tercih ettiği partinin seçim barajını geçeceğinden emin olduğunda, küçük partilere barajı geçebilmeleri için oy verebilir.
2. En çok oyu alanın kazandığı çoğunlukçu sistemlerde en çok tercih ettiği partinin kazanma ihtimali yoksa oyunu harcamamak için ideolojik olarak kendi düşüncesine yakın olan partiyi tercih edebilir.
3. Çoğunlukçu sistemlerde en çok tercih ettiği partinin kazanma ihtimali yoksa ve diğer partilerden birinin kazanması onun için olası en kötü senaryoysa, o partinin kazanmasını engellemek için onun en güçlü rakibine (‘*ehven-i şer*’ olana) oy verebilir.

Seçmen davranışları düşünülürken, bu durumlar mutlak suretle göz önünde bulundurulmalıdır. Fakat oy verme davranışı literatüründe bu gibi durumlar hem dünyada hem Türkiye’de çeşitli sebeplerden dolayı uzun yıllar göz ardı edilmiştir. Aynı seçimlerde hangi seçmenlerin en çok tercih ettikleri partiye ve hangi seçmenlerin stratejik davranarak en çok tercih ettikleri partiden başka bir alternatifine yöneldiğini belirlemek önemlidir, fakat birtakım yöntemsel güçlükler içermektedir.

Stratejik oy verme davranışı üzerine yapılan çalışmalarda en çok kullanılan yöntem, anket yöntemidir<sup>2</sup>(Blais ve diğerleri, 2001). Seçim öncesi yapılan anketlerde seçmenlere en çok tercih ettiği parti ile oy atmayı planladığı partinin hangisi olduğu sorulur. Seçimlerin üzerinden az bir zaman geçtikten sonra anket aynı kişilerle ikinci defa yapılır ve seçimlerde hangi partileri tercih ettikleri sorulur. Aynı örnekleme yapılan farklı zamanlarda gerçekleşmiş iki anketin sonuçları karşılaştırılarak oylar arası kaymalar görünür hale gelir. Fakat bazı zayıf yönlerinden ötürü anket çalışmaları, akademik çevrelerde en çok kullanılan yöntem olmasına rağmen, aynı zamanda en çok eleştirilen ve sonuçlarına şüpheyle yaklaşılan yöntemdir. Öncelikle araştırma konusu bir ülkedeki tüm seçmenlerin ne ölçüde stratejik davranış sergiledikleriyse, tüm seçmenleri temsil edebilecek bir örneklem oluşturmak imkansız denecek kadar zordur. Çünkü hem kurulacak stratejiler bölgeden bölgeye farklılık gösterir hem de strateji kuran seçmenler tüm coğrafyaya dengeli dağılmamıştır. Ayrıca anketlerde verilen beyanlar, seçmenlerin davranışa dönüşeceği kesin olmayan niyetleridir. Ankete katılanların samimi olarak yanıt vermemelerine de sıkça rastlanır. Özellikle seçim sonrası anketlerinde örnekleme oluşturan seçmenlere tekrar ulaşılsa bile bazıları oy tercihlerini doğru hatırlamayabilir. Hatta bazen partileri seçimde başarı elde edememişse kasten başka bir partiyi söyleyerek yanıltıcı yanıtlar verdikleri görülmektedir.

Anket çalışmalarında karşılaşılan yöntemsel sorunların yanında kapsamlı çalışmaların önünü tıkayacak şekilde önceki yıllara ait veri kaynağı sorunları da yaşanmaktadır. Stratejik davranışının tespiti üzerine geniş kapsamlı bir çalışma için

---

<sup>2</sup> Literatürde bu yöntem, betimleme ya da tarama yöntemi olarak da adlandırılır.

anketlerde seçmenlere hep aynı soruların yöneltilmesi gerekmektedir. Türkiye örneğinde düşünüldüğünde, farklı zamanlarda yapılmış seçim sonuçlarını karşılaştırmaya imkan verecek, seçmen tercihlerinde meydana gelen değişimleri ve eğilimleri tespit etmek için kullanılabilir, erişime açık anket verisi neredeyse yoktur. Hemen hemen her seçim için anket çalışması olmasına rağmen, bu şartın sağlanması mevcut durum düşünüldüğünde mümkün değildir.

Stratejik oy verme davranışının analizinde kullanılan bir diğer yöntem, toplu veriden<sup>3</sup> birey düzeyinde veri elde edilmesini sağlayan ekolojik<sup>4</sup> çıkarım yöntemidir. Seçmen davranışları söz konusu olunca var olan toplu veri, seçim sonuçlarıdır. Seçim sonuçları, herkesin erişimine açıktır ve tüm seçmenleri kapsar. Önceki yıllarda yapılan seçimlerle karşılaştırmalar yapmak mümkündür. Bu yöntem sayesinde davranışa dönüşmüş seçmen tercihleri analiz edilebilir. Elbette seçim sonuçları seçmenlerle ilgili araştırılmak istenen her sorunsala yanıt sunamaz. Fakat stratejik oy verme gibi, oy tercihlerinde yaşanan kaymaları ölçmeye yönelik çalışmalar için en önemli kaynakların başında gelir. Tüm bu avantajlarından dolayı seçim sonuçları, seçmen davranışının analizinde başvurulacak birincil veri kaynağı olmalıdır.

Tüm bu avantajlarına rağmen oylararası kaymaları ve stratejik oy verme

---

<sup>3</sup> İstatistikte toplu veri (*aggregate data*); birden fazla kişi, olay veya değişkene ait sayısal ya da sayısal olmayan bilginin özet halinde bir araya getirilmesinden oluşur.

<sup>4</sup> 'Ekolojik' kavramının kökeni, canlıların çevreleriyle karşılıklı ilişkisini konu alan ekoloji bilimine dayanır. Araştırma birimini ilgilendiren coğrafi alan ya da diğer toplu veri seviyesinde istatistikî ölçümler, ekolojik veri olarak bilinir. Ekolojik çıkarım, ekolojik veri kullanılarak bireylerin davranışları hakkında çıkarım yapma sürecidir (King, 1997).

davranışını seçim sonuçları üzerinden analiz etmek, ekolojik yanılğı denilen yöntemsel bir sorunu da beraberinde getirir. Seçim çalışmaları başta olmak üzere sosyal bilimlerde bireyin davranışlarını açıklamayı amaçlayan araştırmalarda *'ekolojik çıkarım yanılğısı'* sorununa sıkça rastlanır. Her seçim sonrasında sadece siyasetçiler ya da siyaset bilimciler değil, birçok kişi seçimde yaşanan oy kaymalarıyla ilgili sorulara cevap bulmak ister. Bu sorular; *'Seçmenlerin ne kadarı bir önceki seçimde oy verdiği partiye bu seçimde de sadık kaldı?'*, *'Oyunu arttıran partilerin artan yüzdeleri hangi partilerin seçmenlerinden geldi?'*, *'Seçimleri boykot etmek sebebiyle yüzde olarak kaç kişi oy kullanmadı?'*, *'Seçmenlerin ne kadarı çekimser kalmak yerine en çok tercih ettiği partinin seçilme şansı düşük olduğu için başka bir partiye yöneldi?'* gibi sorulardır. Sorulan bu soruların yanıtlanmasına dair elde çoğu zaman sadece seçim sonuçları vardır ve doğası gereği seçimler gizli oy mantığında yapıldığı için bu sonuçlar toplu veridir. Diğer bir deyişle, bir sandıkta oy kullanan kişiler bilinmektedir fakat bu kişilerin hangi partiye oy verdiği bilinmemektedir. Örneğin, ekonomik gelir düzeyi yüksek olan seçim bölgelerinde en çok oyu A Partisi alıyorsa, A Partisi seçmenin gelir düzeyinin yüksek olduğu çıkarımını yapmak bir ekolojik yanılğıdır.

Ekolojik yanılğı, gruba ait veri üzerinden bireyler hakkında çıkarım yapılırken meydana gelir(Kramer, 1983). Gruba ait bazı özelliklerin, o grubu oluşturan tek tek tüm bireylere ait özellikler olarak görülmesiyle ortaya çıkar. Seçim sonuçları üzerinden yapılan çıkarımlarda yaşanan ekolojik yanılğıyı Yılmaz Esmer(1999) şu şekilde örnekler:

*"Göreceli olarak daha zengin, gelişmiş illerin DSP'ye daha çok oy*



*vermesi, toplumun görece daha zengin bireylerinin DSP'ye oy verdiği anlamına gelmez. Ortalamanın çok üzerinde gelişmiş bir ilde, o ilin en yoksul insanları DSP'ye oy vermiş olabilir. Makro düzeyde (örneğin il düzeyinde) değişkenlere bakarak, mikro düzeyde (birey) davranışı tahmin etmek son derece yanıltıcı sonuçlar verebilir.”*

Oy kaymalarıyla ilgili çıkarımlarda düşülen ekolojik yanlgı örneği de şu şekilde olabilir: Sadece A, B ve C Partilerinin yarıştığı, farklı zamanda gerçekteşen iki seçimin olduğunu düşünelim.

**Tablo 1: Üç Partili Seçim Sonucu Örneği**

	A Partisi	B Partisi	C Partisi
Birinci seçim sonucu (%)	25	40	35
İkinci seçim sonucu (%)	30	35	35
Fark (%)	5	-5	0

İlk yapılan seçime göre, A Partisinin oyu ülke genelinde %5 artarken, B Partisinin oyu %5 azalmış ve C Partisinin oy oranı aynı kalmış olsun. Partiler arası oy kaymaları değerlendirilirken, A Partisindeki 5 puanlık oy artışının tamamının B Partisi seçmeninden geldiği çıkarımını yapmak, ekolojik yanlgıya düşülmesine sebep olacaktır. Çünkü açıklanmak istenen bireysel tercihlerde meydana gelen değişim olmasına rağmen, toplu seviyedeki sonuçlar üzerinden bu sonuca varılmıştır. Partiler arası oy geçişlerinin oranları değişmek suretiyle aynı tabloyu oluşturacak pek çok ihtimal vardır. Yaşanan bu değişimin sebebi C Partisinden %5'lik seçmen kitlesinin A Partisine oy atması ve aynı oranda B Partisi seçmen kitlesinin C Partisine oy atması olabilir. Diğer bir ihtimale göre,

ilk seçimde B Partisinin %3'lük seçmen kitlesi ikinci seçimde A Partisine ve %2'lik seçmen kitlesi C Partisine oy atarken C Partisinin %2'lik seçmen kitlesi A Partisine oy atmış olabilir. Tüm bu geçişler sonucunda da aynı tablo oluşur; A Partisinin oyu artarken B Partisinin oyu azalır ve C Partisinin oy oranı değişmez. Oy kaymaları ya da stratejik oy verme davranışının boyutu, toplu seçim sonuçlarından basit yöntemlerle çıkarılamaz. Seçimlerde kullanılan gizli oy uygulaması sebebiyle hangi seçmenin hangi oyu kullandığı bilinemez. Ancak ileri seviyede nicel yöntemler gerçek bilgiye yaklaşmamızı sağlar.

Türkiye'de seçmen davranışı literatüründe bir seçimden diğerine gerçekleşen oy kaymaları ile partilerin oy oranlarının nasıl ve ne yönde değiştiği araştırmalara sıkça konu edilir. Sosyal bölünmelerin yoğunlukta olduğu bir toplumda seçimden seçime önemli değişimler gerçekleşir. Fakat bu değişimlerin güvenilir ve geçerli analizi için gereken yöntemler çoğunlukla doğru kullanılmadığı için ekolojik çıkarım yanlılığına düşülür (Tezcür, 2010). Türkiye seçmen davranışı literatüründe oylar arası değişimi ya da stratejik oy verme davranışını ileri nicel tekniklerle seçim sonuçları üzerinden analiz ederek birey düzeyinde çıkarım yapan çalışmalar konusunda önemli eksiklik vardır.

Literatürde görülen bir diğer eksiklik ise, mahalli idareler genel seçimlerinde (yerel seçimler)<sup>5</sup> seçimlerde seçmen davranışlarının analizi üzerinedir. Her ilde farklı dinamiklerin konjonktürü belirlemesi sebebiyle tüm ülkeyi kapsayan bir çalışma yürütülmesi hayli zordur. Yerel seçimlerin önemi ve Türkiye siyasetine etkisi

---

<sup>5</sup> Genel mahalli idareler seçimleri, metin boyunca bazı yerlerde yaygın söylenme şekline uygun olarak 'yerel seçimler' olarak ifade edilecektir.

son yıllarda kayda değer bir biçimde artmıştır. Özellikle 2009 yerel seçimleriyle birlikte, seçmenlerin her ilden farklı mesajlar verebildiği görülmüştür. Seçmenler, partilerin ve adayların izledikleri politikaları ya da parti içi çatışmaların eleştirisini sandık sonuçlarına yansıtabilmişlerdir. Ayşen Uysal'a (2009) göre, bu farklılaşma seçmen davranışındaki bilinçliliği yansıtır. Daha önceki yıllarda seçmenlerin bilinçsiz olduklarını iddia eden seçkinci değerlendirmeler baskın iken, 2009 yerel seçimleriseçmenlerin rasyonel hareket ettiğini ve hangi pusulada hangi partiye mührü basacağını ölçüp biçtiğini açıkça ortaya koymuştur (Uysal, 2009).Bu durum itibariyle, yerel seçimlerde her ilde seçmenlerin nasıl düşünerek hareket ettiğine yakındanbakmak gereklidir.

Bu çalışmanın amacı, seçim sisteminin seçmen tercihleri üzerindeki etkisinin net olarak izlenebildiği yerel seçimlerde görülen stratejik oy verme davranışının boyutunu ve yönünü seçim sonuçlarından ekolojik çıkarım yoluyla belirlemektir. Bu amaçla,her ilde farklı dinamiklerin etkili olduğu düşüncesiyle her il için ayrı ekolojik çıkarım yapılacaktır. Yerel seçimlerde kurulabilecek strateji senaryoları tanımlandıktan sonra, seçmenlerin strateji uygulama sıklıkları, farklı partilere mensup seçmenlerin bu konudaki benzerlikleri ve farklılıkları ile stratejik davranışın genel tabloda nerelerde ve hangi yönde görüldüğü yapılan analizlerin sonucunda açıklanacaktır. Nihayetinde ekolojik çıkarım ile üretilen birey düzeyinde veri ile çalışmanın hipotezleri test edilecektir.

Bu tez çalışmasında kullanılan ekolojik çıkarım modeli, bir akademik yıl boyunca birlikte çalışma fırsatını bulduğum Harvard Nicel Sosyal Bilimler Enstitüsü

Profesörü Gary King tarafından önerilen Ekolojik Çıkarım (EI) modelinin yerel seçimlere adapte edilmiş halidir. King (1997: 141-153), toplu veri üzerinden bireysel düzeyde çıkarım yapabilecek model kurgusunu Sınırlar Yöntemi ile Goodman'ın Regresyonunu birleştirerek oluşturmuştur. EI modelinde bir seçim bölgesindeki dağılım, başka bir istatistiksel veri ile karşılaştırılır. Örneğin; iki partinin yarıştığı seçim bölgelerinde partilere verilen oyların cinsiyetlere göre dağılımı, eğer o bölgelerde yaşayan seçmen kitlesinin cinsiyet dağılımı biliniyorsa EI modeli uygulanarak belli oranda tespit edilebilir. Sınırlar Yöntemi ile her seçim bölgesi için cinsiyet oranları ve bu iki partinin oy oranı üzerinden dağılımın alt ve üst sınırları belirlenir. Böylece bilinmezlik düzleminde her bir parti için belli sınırlar içinde bilinirlik yaratılmış olur. Daha sonra Goodman'ın Regresyonu ile daraltılan sonuçlar üzerinden kesikli çok değişkenli normal dağılım uygulanarak çıkarım sonrası elde edilecek tahmini değerlerin hata payının düşük olması sağlanır. Analiz neticesinde her iki partinin aldığı oyların cinsiyetlere göre dağılımı her seçim bölgesi için belli hata payları içinde belirlenmiş olur.

Gizli oy uygulaması sebebiyle oluşan belirsizliği kontrollü şekilde azaltmayı sağlayan bu modele, bu çalışmada yerel seçimler üzerine uygulanmasıyla iki önemli avantaj eklenmiştir. Bunlardan ilki, King'in çalışmasında en küçük birim seçim bölgesi iken, bu çalışmada en küçük birim sandıktır. Dolayısıyla bilinmezlik sınırları *a priori* olarak daralmış olur. EI modelinin işletilmesiyle bilinmezlik daha da daraltılacaktır.

İkinci avantaj ise, yerel seçimlerde hem belediye meclisi<sup>6</sup> hem de belediye başkanlığı için oy kullanılır. Aynı sandıkta birden fazla seçim için oy kullanılması, az sayıda varsayıma dayanan stratejik oy verme analizinin gerçekleşmesi için uygun ortamı sağlar. Örneğin, 2014 yerel seçimlerinde seçmenler hem belediye başkanlığı seçimleri için hem de belediye meclisi seçimleri için oy kullanmışlardır. Her iki seçim de aynı gün yapıldığı için aynı siyasi ortamda gerçekleşmiştir. Bu seçimlere dair sonuçlar birlikte açıklandığı için seçmenlerin bir seçimin sonucundan etkilenerek diğer seçimde oylarını değiştirme durumları olmaz. Bir sandıkta belediye başkanlığı seçimi için oy kullanma hakkında sahip kişiler ile aynı sandıkta belediye meclisi seçimi için oy kullanma hakkına sahip kişiler aynıdır. Tüm bunlar birlikte değerlendirildiğinde bu iki seçimde yaşanan tercih farklarının sadece geliştirilen stratejilerin ürünü olduğunu varsaymak iddialı olmayacaktır. Bu seçimlerin gerçekleştikleri ortam özdeş olması sebebiyle, stratejik davranışın gözlenebilmesi için mükemmel sayılabilecek bir düzen yaratılmıştır.

Yerel seçimlerde belediye meclis üyeleri nispi temsil esasına göre belirlenir ve temsilde adalet açısından çeşitli sıkıntıları bünyesinde barındıran bir sistemle %10'luk seçim barajını geçen partiler bu mecliste temsil edilme hakkını kazanır (Tosun, 2009: 219-220). Birden fazla parti mecliste temsil edilme hakkı kazanabildiği için; seçmenler, samimi davranarak en çok tercih ettikleri partiye oy verirler. Bu sebeple, belediye meclisinde bir partinin aldığı oy oranı, o partinin seçmen kapasitesi olarak varsayılacaktır. Belediye başkanlığı seçimleri ise çoğunlukçu esasa dayanır ve en çok

---

<sup>6</sup> 2014 seçimlerinde belediye meclisi ve 2009 seçimlerinde il genel meclisi seçimleri belediye başkanlığı seçimleriyle aynı bölgeyi kapsadığı için karşılaştırma buna göre yapılacaktır.

oyu alan aday kazanır. Bu durumda, eğer bir seçmenin en çok tercih ettiği partinin adayının başkanlık yarışını kazanma şansı yoksa seçmen için stratejik oy verme motivasyonu oluşur.

Bu noktadan hareketle bu çalışmanın temel savı; yerel seçimlerin özdeş yapısı itibariyle stratejik oy verebilmek için koşulları yarattığı ve bu davranışın seçim sonuçları üzerinde EI modeli uygulanarak yönünün ve boyutunun tespit edilebileceğidir. Çalışmada bunu başarmak için EI modeli 2009 ve 2014 yerel seçimlerine uygulanarak iki bilinenden (belediye başkanlığı ve belediye meclisi seçim sonuçları) bir bilinmez (stratejik oy verme oranı) hakkında yeni veri seti oluşturulacaktır. Veri setinin analizi sonucunda, seçimde gerçekleşen partiler arası oy kaymaları ve oy ayırma stratejilerinin boyutu tespit edilecektir.

Bu çalışmada, yerel seçimlerin gerçekleştiği şartlar gözetilerek iki farklı strateji senaryosu önerilecektir. İlk senaryoya göre; seçmenler için belediye başkanlığı seçimini önde götüren iki adaydan birinin seçimi kazanması en kötü senaryoysa, seçmenler en kötünün kazanmasını önlemek için onun en güçlü rakibine yönelik stratejik oy kullanabilirler. Bu senaryo da, Downs Kanununun (1957: 45) işaret ettiği gibi seçmenlerin seçim sonrası oluşacak tabloyu kendi çıkarlarına yönelik şekilde şekillendirebilecekleri motivasyonundan hareketle oluşturulmuştur. İkinci senaryoya göre; seçmenler en çok tercih ettikleri partinin adayının belediye başkanlığı seçimini kazanma ihtimali yoksa oylarını harcamamak için ideolojik olarak kendilerine en yakın hissettikleri ve seçim yarışında güçlü başka bir partinin adayına yönelik oy kullanabilirler. Bu senaryo, Duverger Kanununun işaret ettiği gibi seçim kurallarının

psikolojik etkisi sonucu seçmenlerin oylarını harcamaktan kaçınma eğilimleri gözetilerek oluşturulmuştur. En çok tercih ettikleri partinin adayına oy vermelerinin seçim sonuçları üzerinde bir etkisi olmayacağı için, seçmenleroylarını harcamaktan kaçınmak isterler. Bunun da arkasında böyle davranan seçmenlerin, seçimlere fikirlerini beyan etmekten farklı olarak istedikleri sonuçları elde etme aracı olarak bakmaları yatmaktadır. Bu çerçevede kurulan ve test edilecek hipotezler şu şekildedir:

$H_1$ :  $\frac{S}{F}$  oranı<sup>7</sup> 1'e yaklaştıkça stratejik oy verme davranışının görülme olasılığı azalır.

$H_2$ : Stratejik oy verme oranı büyükşehirlerde diğer illerden daha yaygındır.

$H_3$ : MHP seçmeni, stratejik oy kullanırken oyunu harcamaktan kaçınmak için ideolojik yakınlıktan ziyade en kötünden kaçınma stratejisini kurmaya eğilimlidir.

$H_4$ : CHP seçmeni, stratejik oy kullanırken oyunu harcamaktan kaçınmak için ideolojik yakınlıktan ziyade en kötünden kaçınma stratejisini kurmaya eğilimlidir.

$H_5$ : AKP, neredeyse tüm illerde başkanlık yarışını önde götüren iki adaydan birini çıkaran parti olması sebebiyle seçmeni samimi davranma eğilimindedir.

$H_6$ : 2009 seçimlerinde DTP'nin seçim yarışını önde götürdüğü seçim bölgelerinde, DTP'nin gücünü azaltmak isteyen ya da dengelemek isteyen seçmenlerin AKP'ye yönelik stratejik oy verme ihtimali artar.

---

<sup>7</sup>**S**: Belediye başkanlığı seçimlerini üçüncü sırada bitiren adayın oy oranı ve **F**: Belediye başkanlığı seçimlerini ikinci sırada bitiren adayın oy oranıdır. Bu oranının nasıl hesaplandığı ve stratejik oy verme davranışını nasıl belirlediği ilerleyen bölümlerde anlatılacaktır.

**H<sub>7</sub>** : 2014 seçimlerinde BDP'nin seçim yarışını önde götürdüğü seçim bölgelerinde, BDP'nin gücünü azaltmak isteyen ya da dengelemek isteyen seçmenlerin AKP'ye yönelik stratejik oy verme ihtimali artar.

**H<sub>8</sub>** : 2009 ve 2014 yerel seçimlerinde, oyunu harcamaktan kaçınmak için ideolojik açıdan yakın olan partiye yönelik stratejiden ziyade 'en kötünden kaçınma' stratejisi daha yaygındır.

Bu çalışmada ekolojik çıkarım yapılırken ekolojik yanılğı payının en alt düzeyde olabilmesi için sandık bazında seçim sonuçları kullanılacaktır. Yapılacak analizde, 2009 seçimleri için il genel meclisi ve belediye başkanlığı seçimi yapılan toplam 166.844 sandık ve 2014 seçimleri için belediye meclisi ve belediye başkanlığı seçimi yapılan toplam 165.939 sandık incelenecektir. Sandık sonuçları arasında genel eğilimler belirlenip EI modeli üzerinden seçimlerde kullanılan stratejiler ve bu stratejilerin boyutu tespit edilecektir. Bu çalışma, Türkiye'de seçimlerin analizi için sandık seviyesinde veri kullanan, bilinen ilk ve tek çalışmadır. Seçim çalışmalarında ekseriyetle il bazında toplu sonuçlar kullanılmaktadır. Bu da yüzbinlerce bazen milyonlarca kişinin tek bir kişiymiş gibi araştırmaya dahil edilmesi demektir. Partiler arası oy geçişlerinin hesaplandığı çalışmalarda bu durum ekolojik yanılğı payının büyümesine yol açar. Sandık seviyesinde veri kullanıldığı zaman araştırma birimi o sandıkta oy kullanan kişi sayısı kadar olur. Bu sayı seçimden seçime farklılık göstermekle birlikte Türkiye'deki seçimler söz konusu olduğunda 300-380 kişi arasındadır. Bu derece ayrıntılı veri kaynağı, bu konuda yapılacak araştırmalar için önemli bir potansiyel taşır.



Ekolojik çıkarımda yanılığı payını azaltmaya imkan sağlayacak şekilde, Türkiye’de 2009 ve 2014 yerel seçimleri sandık seviyesinde seçim sonuçları Yüksek Seçim Kurulu’nun (YSK) resmi internet sayfasında herkesin erişimine aēıktır<sup>8</sup>. Fakat paylaşılan verinin etkin kullanımının önünde birtakım teknik engeller vardır. Bu ęalıřma için veri toplama sürecinde karşılaşılan ilk engel, YSK internet sayfasında her bir seçim bölgesi için başa dönülmesi gerektiren bir prosedürün işletilmiş olmasıdır. Türkiye’de binlerle ifade edilen sayıda seçim bölgesinin olduğu düşünöldüğünde ortaya aşılması gereken büyük bir engel çıkmıştır. Herkesin erişimine aēık olmasına rağmen tüm sonuçlara ulaşabilmek bireysel kullanıcılar için belki de sonu gelmeyen bir süreç demektir. İkinci engel ise, resmi sayfada sıkęa geręekleřen yenileme ęalıřmaları sebebiyle erişimin sıklıkla kesintiye uğramasıdır. Bütün bu kesintilere ve zorluklara rağmen tüm verinin indirilmesi geręekleřtirilse dahi, sonrasında indirilen dosyaların birleştirmesi ortalama bir bilgisayar kullanıcısı için mümkün görünmemektedir. Karşılaşılan engellerden dolayı bu ęalıřmada kullanılacak veriye ulaşmak için internet sayfalarında otomatik işlem yapmayı sağlayan Python 3.4.2 adlı programı kullanmayı öğrenmem gerekmiştir. Bu program sayesinde her bir seçim bölgesi için başa dönen işlemler otomatik olarak devam edebilmektedir. Sağlanan bu kolaylığa rağmen internet sayfasında yaşanan yenileme ęalıřmaları sebebiyle tüm verinin kesintisiz toplanması aylar sürmüştür. YSK tarafından yerel seçimler bazında sadece 2009 ve 2014 yerel seçimlerinin sandık seviyesinde sonuçları paylaşıldığı için bu ęalıřma iki seçim dönemiyle kısıtlı kalmıştır.

---

<sup>8</sup> Sandık bazında sonuçlara <https://sonuc.ysk.gov.tr/> adresinden ulaşılabilir.

Son yıllarda bilgisayar teknolojilerinin gelişmesiyle beraber nicel yöntemlerin analiz gücü artmış ve dünyada siyaset bilimi üzerine çalışan akademik çevrelerce sıkça kullanılır hale gelmiştir. Fakat Türkiye'deki akademik geleneklerde, sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri müfredatında ileri seviyedeki nicel yöntemlere yeterince yer verilmemektedir. Dolayısıyla bu konudaki bilgi eksikliğim tez çalışmamı gerçekleştirilirken karşılaştığım en büyük engel olmuştur. Tez yazım sürecim aynı zamanda hem teorik hem de R, Excel ve Python<sup>9</sup> gibi programları öğrenerek uygulama alanında altyapı eksikliğimin giderilmesi çabasına dönüşmüştür. Uluslararası çevrimiçi bazı platformlarda nicel yöntemler üzerine çalışan akademisyenlerden aldığım destekler bu zorlu engeli aşmama yardımcı olmuştur. Karşılaştığım bir diğer engel ise Türkiye seçmen davranışı literatüründe rasyonel seçmen varsayımına dayanan ve ileri seviyedeki nicel yöntemlerle analizler gerçekleştiren az sayıda çalışma olmasıdır. Bu sebeple bu

---

<sup>9</sup> Oy verme davranışı alanında Python programını kullanarak veri toplayan bazı çalışmalar şunlardır: İspanya genel seçimleri sırasında sosyal iletişim ağlarında yapılan siyasi sohbetlerin haritalanması için veri toplanması: Borondo, J., Morales, A. J., Benito, R. M., & Losada, J. C. (2014). Mapping the online communication patterns of political conversations. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 414, 403-413; ABD Başkanlık Seçimi öncesi Twitter paylaşımlarından seçim sonucunun tahmin edebilmek için veri toplanması: Chrzanowski, M., & Levick, D. (2012). Using Twitter to Predict Voting Behavior, Working Paper; 1969–2005 yılları arasında Almanya'daki siyasi partilerin mevzilenmesini liderlerinin söylemlerinde kullandığı kelimeler üzerinden belirlenmesi için veri toplanması: Proksch, S. O., & Slapin, J. B. (2009). How to avoid pitfalls in statistical analysis of political texts: The case of Germany. *German Politics*, 18(3), 323-344; Güney Kore'deki halk oylamalarında görülen genel siyasi eğilimler ile Twitter üzerinden yapılan siyasi bilgi paylaşımlardaki eğilimlerin karşılaştırılması için veri toplanması: Lee, J., Ryu, H., Mon, L., & Park, S. J. (2013). Citizens' use of Twitter in political information sharing in South Korea. *iConference 2013 Proceedings*, 351-365.

çalışmada yararlanılan kaynakların önemli bir çoğunluğu yabancı dilde yazılmış kaynaklardır.

Bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde geleneksel ve davranışçı ekollerde yaygın olarak kabul gören seçmen davranışı modelleri detaylı bir şekilde ele alınacaktır. Modellerin nasıl ortaya çıktığı, temel varsayımları, öngörüler ve zayıf noktaları belirtilecektir. Bu çalışmanın konusu olan stratejik oy verme modelinin seçmen davranışı literatüründeki yeri ve katkısı anlatılacaktır.

İkinci bölümde, seçmenlerin seçimler neticesinde istedikleri tablonun oluşması için en çok tercih ettikleri partiden farklı bir partiye oy verebildikleri durumları açıklayan stratejik oy verme davranışı daha ayrıntılı olarak ele alınacaktır. İlk olarak stratejik oy verme davranışının tanımı ve bir kavram olarak tarihsel gelişimi belirtilerek bu kavrama yön vermiş Duverger ve Downs Kanunları incelenecektir. İkinci olarak, bu davranışı etkileyen bireysel ve yapısal unsurlar belirtilerek bu konu hakkında yapılmış bazı ampirik uygulamaların sonuçlarına yer verilecektir. Stratejik oy verme davranışının analizinde kullanılan yöntemler incelenecektir. Son olarak, ekolojik çıkarım yöntemleri arasında doğruya en yakın sonuçları türetme iddiasını taşıyan EI modelinin matematiksel formülasyonu ayrıntılarıyla gösterilecektir.

Üçüncü bölümde, 2009 ve 2014 yerel seçimlerinde görülen stratejik oy verme davranışı EI modeli kullanılarak analiz edilecektir. İlk önce uygulama konusu olarak neden 2009 ve 2014 yerel seçimlerin seçildiği açıklanacaktır. Daha sonra, Türkiye yerel seçimlerin kısa tarihi ve parçalanma, oynaklık ve etkin parti sayısı üzerinden 2009 ve 2014 yerel seçimlerinin gerçekleştiği arka plan aktarılacaktır. Seçim dönemlerinde var

olan dinamiklerle birlikte değerlendirilerek seçimlerde kurulabilecek stratejiler açıklanacak ve hipotezler belirtilecektir. EI modelinin stratejik davranışı nasıl tespit ettiği ve ekolojik yanılđı sorununa çözüm oluşturduğunun açık bir şekilde gösterilmesi amacıyla; 2014 yerel seçimlerinde stratejik oy verme davranışının görüldüğü Ardahanile Hatay rnekleri incelenecektir. Son olarak, EI modeli tüm illeri kapsayacak şekilde uygulanarak hipotezler test edilecek ve sonuçları paylaşılacaktır.



## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **SEÇMEN DAVRANIŞI MODELLERİ**

Seçmen davranışı üzerine yapılan çalışmalar siyaset bilimi literatüründe önemli bir yere sahiptir. Oy kullanma hakkının yaygınlaşmasına paralel olarak seçmen davranışı literatürü de zenginleşmiş ve farklı yaklaşımlar sunan teoriler geliştirilmiştir. Bu alandaki çalışmalar, tarihsel olarak bakıldığında ilk başlarda sadece oy verme davranışının sandalye dağılımına etkisini incelerken, daha sonraları seçmenlerin siyasi eyleme dönüşen kararları için karar verme süreçlerini ve bu süreçlerde etkili olan faktörleri analiz etmeye odaklanmıştır. Ayrıca, araştırma yöntemleri ve bilgisayar teknolojilerinde meydana gelen ilerlemeler sayesinde birden fazla faktörün etkili olduğu bu sürecin derinlemesine analizinin yapılabilmesi mümkün olmuştur. Bu bölümde seçmen davranışı modelleri detaylı bir şekilde ele alınarak modellerin nasıl doğduğu, temel varsayımları, öngörülleri ve zayıf noktaları belirtilecektir.

Seçimler üzerine yapılan çalışmaların ilk örnekleri 1910'lu yıllarda siyasi coğrafyacılar tarafından verilmiştir. Bilinen ilk sistemli araştırma, 1913 yılında sosyolog, siyaset bilimci ve coğrafyacı olan André Siegfried önderliğinde Fransa'daki seçmen tercihleri üzerine yapılmıştır (Dikshit, 1999: 151). Birinci Dünya Savaşı'nın hemen öncesinde kitap olarak yayımlanan bu araştırma, Üçüncü Cumhuriyet'in ilk kırk yılı içinde Batı Fransa'da yer alan on beş farklı seçim bölgesinde seçmen tercihlerinin nasıl farklılaştığını konu alır. Bunun için, farklı yerleşim birimlerini gösteren haritalar elle çizilmiş ve çizelgelerde karşılaştırılmıştır. Neticesinde, yerel coğrafyaya özgü sosyal yapılar ile seçmen davranışları arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır

(Siegfried, 1913).

Coğrafya ile siyaset bilimini buluşturan yepyeni bir araştırma alanı yaratmasına rağmen bu çalışma hak ettiği ilgiyi ancak oy verme hakkının evrensel bir kavram olma niteliğini kazandığı 1920'lerde görmeye başlar. Fakat bu ilgi, 30'lu ve 40'lı yıllarda Avrupa kıtasının yaşadığı ekonomik çalkantılar ve İkinci Dünya Savaşı ile birlikte zor zamanlar geçirmesi sebebiyle Amerika Birleşik Devletleri'ne (ABD) kayar. Davranışsal siyaset biliminin yükselişinin doğal sonucu olarak 1940'lı yıllar itibariyle seçmen davranışı alanına olan akademik ilgi hızla artmaya başlar.

Seçmen davranışı çalışmaları genel olarak dört ana model<sup>10</sup> olarak incelenebilir (Antunes, 2010). Bu teorik modellerden ilki, sosyolojik yapıların ve bir sosyal grubun üyesi olmanın oy verme davranışı üzerinde belirleyici etkisi olduğunu öneren sosyolojik modeldir. İkinci model, seçmenlerin partilere olan psikolojik bağımlılık duygusu üzerine inşa edilen parti kimliği (*party identification*) modelidir. Bu modele göre, tutumlar ve gündemdeki meselelere yönelik tercihler oy verme davranışının belirleyici unsurlarıdır. Üçüncü teorik model ise, ekonomik oy verme ya da başka bir deyişle, rasyonel tercih teorisi. İktisat teorilerine benzer şekilde bu modelde seçmenlerin rasyonel bireylerden oluştuğu varsayılır. Bu modele göre, her seçim dönemine özgü var olan siyasi ve ekonomik faktörler seçmen davranışını belirler. Seçmenler hangi partiye oy atacıklarına karar verirken kar/zarar değerlendirmesi yaparlar ve kendileri için en çok faydayı getirecek alternatife yönelirler.

---

<sup>10</sup> Seçmen davranışı literatüründe model ile teori arasında belirgin bir ayırım yapılmadığı ve literatürde 'model' olarak kullandığı için bu çalışmada seçmen davranışı yaklaşımları model olarak adlandırılmıştır.

Bu çalışmanın konusu olan stratejik oy verme modeli, rasyonel tercih modelinin bu varsayımlarını benimser. Bu sebeple rasyonel tercih modelinin içinden doğmuştur denebilir. Aynı şekilde bu modelde de seçmenlerin rasyonel olduğu ve oy verme işlemini kar/zarar hesaplaması olarak gördükleri varsayılır. Temel farklılığı ise, seçmenlerin seçim kurallarını iyi öğrenerek istedikleri sonucu almak için en fazla tercih ettiği adaydan/partiden farklı bir alternatife yönelme durumunu göz ardı etmemesidir.

### **1.1. Sosyolojik Model**

Oy verme davranışına sosyolojik açıdan yaklaşan bu modele göre, ait olunan sosyal grup bu davranışın belirleyicisi durumundadır. Seçmenler, oy vermeye araçsal bir anlam yükledikleri için ait oldukları sosyal grubun çıkarlarını en iyi şekilde yansıtan partilere oy verirler. Aileden gelen psikolojik etki yerine toplum içindeki bölünmeler, davranışlar açısından belirleyici konumdadır. Sınıf, cinsiyet, etnisite, dini inançlar ve yaşanılan coğrafi bölge bu bölünmelerin en önemlilerini oluşturur (Heywood, 2007: 311).

Bu yaklaşımın kökeni, daha sonra Kolombiya Okulu'nu oluşturacak Lazarsfeld ve diğerlerinin 1944'te yayımlanan "*The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*" (Halkın Seçimi: Başkanlık Seçiminde Seçmenler Nasıl Karar Verir) adlı çalışmasına kadar uzanır. Bir grup örnekleme birbirini takip eden mülakatlar gerçekleştirilmiş ve oy atacakları parti konusunda yaşanan değişim kayıt edilmiştir. Amerikan seçmeni üzerinde ilk sistematik anket uygulamasıdır. Lazarsfeld ve diğerleri ikinci aşama panel çalışmalarına 1954 yılında basılan "*Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*" (Oy Verme: Başkanlık

Seçimlerinde Karar Oluşturma Üzerine Bir alışma) adlı ikinci kitaplarında yer verirler.

Geniş bir dönemi kapsayan bu panel çalışmasında Kolombiya Okulu üyeleri, esasen tüketicici davranışı hakkında yapılan pazar araştırmalarına benzer bir yaklaşımla ABD Başkanlık seçimleri sırasında propagandanın ve medyanın seçmenler üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamıştır. Buradan anlaşılacağı üzere, temel amacı oy verme davranışı alanındaki literatüre katkı sağlamak olmamasına rağmen bu çalışma, şaşırtıcı sonuçları ve araştırma yöntemiyle oy verme bu literatürde büyük bir dönüm noktası olmuştur. Çalışmanın sonucunda medya ve propagandanın seçmenlerin karar verme sürecinde önemli bir etkisinin olmadığı görölmüştür. Diğer yandan insanların, din ve sosyal sınıf açısından kendine benzer insanlarla iletişim kurmaya meyilli oldukları ve aileleri, dostları ve iş çevreleriyle kurdukları ağlarda fikir birliğini bozacak kişilere yer vermekten kaçındıkları görölmüştür. Tıpkı konuşma, giyim tarzı, sosyal pratikler, müzik ve edebiyat gibi kùltürlerinin yansımaları olan öğelere benzer şekilde, politik seçimleri de etnik geçmişleri ve sosyal sınıflarının bir ürünüdür. Nesilden nesile geçen bu alışkanlıklar ve tutumlar, siyasette de seçmenlerin belli partilere uzun yıllar sürecek marka bağımlılığı gibi bağımlılık geliştirmelerine sebep olmaktadır. Anketi yanıtlayanlar tercih ettikleri adayın kendileriyle uyuşmayan siyasi pozisyonlarını ya göz ardı etmişlerdir ya da yanlış anlayarak kendilerinden yana olduğu kanısına varmışlardır. Bu eğilim de parti tercihinin rasyonel bir aklın ürünü olarak belirlenmediğini, aksine geleneklere duyulan sarsılmaz inancın bir sonucu olduğunu göstermiştir (Berelson, Lazarsfeld, & Willian, 1954: 304). Özetle, seçmenlerin sosyo-ekonomik statüleri, eğitim, gelir, ikamet yeri (kır-kent) gibi değişkenler oy verme davranışı üzerinde belirleyici bir etkiye sahiptir. Bu değişkenlerin etkileri çeşitli çalışmalarda ölçölmüştür.



Kır-kent değişkeninin etkisini Mo ve diğerleri (1991) Güney Kore üzerinde test etmiş ve bu etkinin Batı coğrafyası dışında da belirleyici olduğunu göstermişlerdir. Bu araştırmaya göre, geleneksel bağların varlığı ve siyasi konularda sahip olunan sınırlı bilgi sebebiyle, kırsalda oy oranının artışı ancak dıştan gelen baskılarla ve zorlamayla mümkün olmaktadır. Bunun yanında, kentsel bölgelerde eğitim ve siyasi bilinç düzeyinin yüksek olması sayesinde siyasi hayata katılım daha önceden başladığı için oy verme oranı kırsala oranla daha yüksek olmaktadır.

Cinsiyet faktörünün belirleyici etkisi Lipset (1963: 206) tarafından araştırılmıştır. Oy verme oranında cinsiyetler arası yaşanan farklılığın sebebi yine sosyal grubun belirleyici olmasının sonucudur. Seçimlere kadınların erkeklere oranla daha az oranda katılım göstermelerinin ve muhafazakar olmalarının sebebi, kadınlara eşleri tarafından baskı uygulanmasıdır. İçinde bulunulan sosyal çevrenin, oy verme davranışları üzerinde etkili bir role sahip olduğunu iddia etmektedir.

Lipset ve Rokkan'ın (1967: 1-64) çalışmaları göstermiştir ki; ait olunan sosyal gruplar sadece oy kararını etkilemez, aynı zamanda sosyal yapılarıdaki bölünmeler üzerinden o coğrafyada var olacak parti sayısını da belirlerler. Diğer bir deyişle, siyasi partiler sosyal yapılarıdaki bölünmelerden doğan ihtiyaçları karşılamak üzere ortaya çıkmaktadır.

Bu modelde, seçmenler bireylerden oluşan bir topluluktan ziyade farklı gruplar halinde düşünülmektedir. Kişisel tutum, değerler ve rasyonel değerlendirmeler oy verme kararında önemli bir etkiye sahip değildir. Bunların yerine sosyo-ekonomik statü, dini

inançlar, yaşanan coğrafya, ait olunan grup gibi faktörler bu kararda etkili olmaktadır. Oy kararı birey tarafından değil, kolektif hareket tarafından belirlenir. Eğer birey, grup tarafından belirlenen karara uymaz ise, grup normlarına ters düşer ve çeşitli şekillerde cezalandırılır. Birey, grupla ters düşmemek ve cezalardan kaçınmak için çaba harcar (Kalender, 2005:52).

Türkiye seçmen davranışı literatürüne bakıldığında, sosyal bölünmeleri tarihi planıyla birlikte sunan Şerif Mardin'in (1973) "Center-periphery relations: A key to Turkish politics" (*Türk Siyasetini Açıklayabilecek Bir Anahtar: Merkez-Çevre İlişkileri*) adlı eserinin birçok çalışmayı etkilediği görülür. Mardin'e göre, toplum içerisinde Osmanlı İmparatorluğu zamanından bu yana Cumhuriyet dönemini de kapsayacak şekilde süregelen bazı derin kültürel farklılıklar mevcuttur. Bu farklılaşmada Osmanlı hanedanı ve onun çevresi, merkezi oluşturmuştur. Çevreyi ise, farklı dine mensup, farklı etnik kökenden gelen ve/veya farklı dilde konuşan kişiler oluşturmuştur. Merkez, sistematik olarak çevreyi yöneten sınıftan uzakta tutmuştur. Uzun bir geçmişe sahip bu ayırım, iki tarafın birbirine şüpheyile yaklaşmasına sebep olur. Kendi içlerinde homojen bir yapıya sahip olmasalar da merkez ve çevre birbirinden kesin çizgilerle ayrılırlar. Merkez, milliyetçi, laik, devletçi, eğitilmiş, şehirli, 'elit' kesimden oluşurken; çevre ise daha geleneksel, daha muhafazakar, daha dindar, daha taşralı ve 'devletçilik karşıtı' insanlardan oluşur. Cumhuriyetle birlikte çok partili dönemde birbirine şüpheyile yaklaşan iki grup, parti tercihlerinde de farklı tercihlere yönelir. Mardin'e göre, bu farklılaşma seçmen davranışına şu şekilde yansımıştır: çevre partileri, daha dindar, taşralı ve az eğitilmiş seçmenlerden oy alabilir. Merkez partileri ise, dindarlık seviyesi daha düşük, şehirli ve eğitilmiş seçmenlerin oyunu alabilir. Merkez-çevre ayırımı, Türkiye

siyasetinde sağ-sol ayrımıyla uzun yıllar örtüşmüştür. Sağ kanatta yer alan partiler, çevre değerleri olan serbest piyasa ekonomisi, dini muhafazakarlığı, aile değerlerini, dini eğitimi savunan kişiler tarafından desteklenir. Sol kanatta yer alan partiler ise, laik, devletçi, merkezi oluşturan kişiler tarafından desteklenir. Bu teorik çıkarım, pek çok ampirik çalışmayla da tasdiklenmiştir.

Sosyoekonomik değişkenlerin oy verme davranışı üzerindeki etkisini anket yöntemi ile araştıran çalışmaların başında Nermin Abadan'ın (1966: 161) 1965 genel seçimlerini incelediği çalışması gelir. Bu çalışmasında Abadan, yerelde farklı sosyo-ekonomik gruplardan gelen kanaat önderlerinin seçmen davranışını anket yöntemiyle ölçmeye çalışmıştır. Abadan, bu seçimler üzerine Ahmet Yücekök ile Türkiye'de bu alanda yapılmış geniş kapsamlı ilk nicel çalışma olarak gösterilebilecek bir çalışma daha yapmıştır (Abadan & Yücekök, 1966). Nüfusu 100.000'in üzerinde bulunan dokuz büyük şehri, kira gelirleri üzerinde farklı gelir gruplarına ayırmışlar ve her şehirden belli bölgeler belirleyerek bu bölgelerde yaşayan insanların 1961 ve 1965 seçimlerinde oy verme oranı ve davranışları üzerine karşılaştırmalar yapmışlardır. Yaptıkları nicel analizlerin neticesinde, gelir grubu ile oy verme oranı arasında anlamlı ilişki olduğunu bulmuşlardır. Ayrıca, iki seçim arasında oy verme oranı en fazla orta gelir grubunda düşüş göstermiştir. Abadan ve Yücekök, bu düşüşü orta gelir grubunun koalisyon denemeleri, parti programları ve seçim mücadelesine karşı bıkkınlık olarak yorumlamıştır. Çalışmanın bir diğer önemli bulgusu ise, uzun süre geçerliliğini koruyacak olan CHP'nin en fazla oyu en yüksek gelir seviyesindeki seçmenden almış olmasıdır.

Çarkoğlu ve Hinich (2006), seçmen tercihlerini açıklamak için merkez-çevre çerçevesinden sağ-sol boyutuna ikinci bir boyut eklemiştir. İkinci boyut, araştırmanın yapıldığı dönemde meydana gelen Kürt azınlıklarla yaşanan çatışmanın milliyetçi duygular üzerindeki etkisidir. 12 ilde yaşayanlarla yapılan 1.201 yüz yüze anket sonucunda ortaya çıkan mekansal haritaya göre, baskın ideolojik boyut, sağ-sol ayrımına benzerlik gösteren laik-İslamcı ayrımıdır. İkinci boyut ise, Türk ve Kürt kimlikleri arasında yaşanan etnik ayrımıdır. Şubat 2001 ekonomik krizini takip eden ikinci haftada yapılan bu çalışma, Fazilet Partisi'nin Alevi ve Kürt seçmenlere uzak konumlanması sebebiyle İslamcı Kürtlerin Türkiye'nin ideolojik alanında bir yer edinemediğini vurgular. AKP, bu çalışmada işaret edilen boşluğa karşılık gelen politikalar ürettiği için oy yüzdesini arttırabilmiştir.

Her ne kadar Mardin'in sosyal bölünmeleri işaret eden teorisi çokça kabul görse de, seçim coğrafyası teknikleriyle sosyal ve siyasi bölünme teorisini işaret ettiği bölünmeler ile onların temsil ettiği halkların ne derecede örtüştüğünü gösteren tek çalışma Jefferson West'e (2005) aittir. 1999 ve 2002 genel seçimleri için yaptığı incelemeye göre, Türkiye'nin seçim coğrafyasında güçlü bir üçlü bölünme vardır. Bölünmeler; dini, etnik ve bölgesel ekonomik kalkınma ile ilgili nedenlerden kaynaklanmaktadır. Ege ve Marmara Denizi çevresinde olan iller birinci bölümü, Konya'dan Erzurum'a kadar sanki bir çizgi gibi uzanan kuzeydoğu illeri ikinci bölümü ve Akdeniz'in iç tarafından Ankara'ya ve oradan Karadeniz'i de içine alacak şekilde olan iller üçüncü bölümü oluşturur. Bu arada, güneydoğu bölümü diğer bölümlerle etkileşimde görülmez. West, bu çalışmasını gerçekleştirirken kişi başına düşen tarım üretim miktarını, her on bin kişiye düşen dini bina sayısını, kentlerin nüfus artış oranını,

bankalarda kiři bařına dūřun mevduat hesabı, yeterli suyu olan nūfusun yūzdesi, vergi gelirleri ve her 10.000 kiřide gōrūlen bořanma sayısı gibi deęerlerini karřılařtırmıřtır.

Saę-sol eksenini kullanarak 1999 ve 2002 seęimleri ūzerine arařtırma yapan bir dięer ęalıřma Schofield ve dięerlerine (2011) aittir. Seęmen anketlerinin faktōr analizlerine dayanan bu arařtırma ięin toplamda 1.118 kiřiyle iki anket ęalıřması geręekleřtirilmiřtir. Saę-sol eksenini, laiklik ya da Kemalizm ile dini deęerleri temsil ederken, kuzey-gūney eksenini ise milliyetęilik eksenini oluřturmaktadır. ęalıřma, 2007 ūncesi laik, milliyetęi ve dini olarak aktif olan gruplar arasındaki rekabetin yoęunlařtıęını gōstermiřtir. Tūrkiye’de ordu, milliyetęi, laik ve AKP’den uzak olarak ifade edilebilir. Bu durum da, Tūrkiye siyasetinin ortalama seęmen mantıęıyla aęıklanamayacaęını gōsterir. Ayrıca, bu eksen ęalıřmasına gōre merkeze doęru bir eęilim yoktur. Bunun yerine, aktivist gruplar kendilerini merkezden uzaęa konumlandırma eęilimindedir.

Sosyolojik modelde grup kimlikleri, tutum ve ęıkarları etkiler. Bu tutumlar, sonuę olarak bireylerin nasıl oy vereceęini belirler. Uygulamada, herhangi bir toplulukta bir grubun ūyesi olmanın oy verme davranıřını belirleme etkisi, tutumları belirleme aynı seviyede olmalıdır. Toplumsal bōlūnmelerin, tutumlar ve oy verme ūzerindeki etkilerini tūmden inkar etmek mūmkūn deęildir. Fakat bu yaklařım, “neden” sınıf gibi bazı bōlūnmelerin tutumlar ve oy verme ūzerinde dięer bōlūnmelere nazaran daha fazla etkiye sahip olduęunu ya da bu etkilerin ūlkeden ūlkeye neden farklılık gōsterdięini aęıklamakta yetersiz kalır (Evans, 1999: 254-258).

Ayrıca sosyolojik model, deęiřen ekonomik konjonktūre gōre seęimden seęime

farklılık gösteren oy dağılımlarını açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Sosyal faktörler, uzun vadede süreklilik gösteren seçmen davranışını açıklayabiliyorken, aynı seçmenin farklı seçimlerde farklı yönde oy vermesini açıklayamamaktadır. Bunların yanında, aynı sosyal grubun içinde bulunan bireylerin farklı oylar vermelerini de açıklayamamaktadır. Örneğin, işçi sınıfına ait bazı seçmenler muhafazakar sağ partileri desteklerken, yine aynı sınıfa ait diğer seçmenler sol partileri destekleyebilmektedir. Sınıfsal özellikler, günlük pratikler, genel tutumlar gibi pek çok konuda benzerlik göstermelerine rağmen, parti tercihleri farklı olabilir.

Fikirlerin ve inançların etkili olduğu bu kararda, benzer sosyal sınıftan ya da bölümden gelen kişilerin benzer siyasi tercihlere sahip olacağı yargısı, bu gruplar içindeki ayrışmaları açıklamaya yeterli olmamaktadır (Antunes, 2010). 1960'lı yıllarda meydana gelen Vietnam Savaşı, şehir isyanları, sivil haklar için yapılan yürüyüşler kalıplaşmış aidiyetlerin sorgulanmasına yol açarken, sosyolojik model ortaya çıkan yeni gerçekliği açıklamakta yetersiz kalmıştır. 1970'li yıllar ile beraber dünya genelinde seçmenler arasında sınıfsal bağların azalmasıyla birlikte bu model, hakim yaklaşım olma durumunu yitirmeye başlamıştır. 1974 İngiltere genel seçimlerinde bu yetersizlik açıkça görülmüştür. Bu seçimlerde orta sınıfa mensup birçok kişi, seçimlerde İşçi Partisi'ni desteklemiştir çünkü; bu partiyi, kamu sektörü hizmetlerini en iyi şekilde dağıtabilecek ve sağduyulu büyüme sağlayarak gelir dağılımını dengede tutabilecek parti olarak değerlendirmişlerdir. Oysa sosyolojik modelin perspektifinden bakıldığında bu seçmen grubunun Liberal Parti'yi desteklemeleri öngörülmekteydi. Özetle, sosyal sınıfı oy verme davranışının ana belirleyicisi olarak görmesi, seçmenlerin hükümet performans değerlendirmelerinin ve kişisel tercihlerinin önemini göz ardı etmesi sebebiyle bu model

eleştirilmektedir.

## **1.2. Parti Kimliği Modeli**

Sosyolojik modelden farklı olarak, parti kimliği modelinde seçmenlerin oy vermeye araçsal yaklaşmak yerine oy vermeyi görüşlerini ifade etmenin bir yolu olarak gördüğü düşünülmektedir. Bu modelin temel kavramı, partiye duyulan aidiyet hissidir. Bu kavram, bir siyasi partiyle kurulan psikolojik yakınlığı, değişmez ve uzun vadeli bir ilişki olarak tanımlar. Seçmen ile siyasi parti arasındaki bu bağ, adeta din örneğinde olduğu gibi erken yaşlarda aile içinde edinilen değerlerin, yaşlılar ve meslektaşlar arasında görülen davranış pratiklerinden etkilenmesiyle ortaya çıkar. Özetle, bireyler ailelerinin etkisinde kalarak partileriyle bir özdeşlik kurarlar. Bu model, erken dönem politik sosyalleşmeye büyük vurgu yapar (Heywood, 2007: 312).

Partizanların kendilerini bir sosyal gruba ait hissetmeleri açısından parti kimliği modeli ile sosyolojik model benzeşir. Bu modelde de kişiler, dini, etnik ya da bölgesel gruplarla kendi benlik algılarını birleştirirler. Diğer yandan, sosyolojik modelden farklı olarak parti kimliği modeli, tutum ve oy arasındaki nedensel bağın çift yönlü olduğunu iddia eder. Nasıl ki tutumlar, oyun rengini belirliyorsa; bazı durumlarda oyun rengi de o kişinin bazı konulardaki tutumlarını belirler (Andersen & Heath, 2000: 1-22; Antunes, 2010). Bu açıdan değerlendirildiğinde parti kimliği, oy verme kararının sonucunu doğrudan belirleyen bir faktör değildir.

Daha sonra Michigan okulunu kuracak olan Campbell ve diğerlerinin (1960: 146-167) "*The American Voter*" (Amerikan Seçmeni) adlı çalışması bu yaklaşımın ortaya atıldığı ilk eser olarak değerlendirilir. Esasen tıpkı Lazarsfeld ve diğerlerinin

çalışmasında olduğu gibi, saha araştırması öncesi temel amaç oy verme davranışını belirleyen faktörleri ortaya çıkarmak değildir. Literary Digest Poll hezimetinden<sup>11</sup> sonra siyasi ilgi üzerinden genel siyasi mevzilenmeyi ölçme amaçlı başlayan çalışmanın sonuçları yeni bir modelin doğmasını sağlamıştır. Bu modelin kurucularına göre partizan etki, algısal bir filtre görevini görerek seçmenin partisinin konumuna göre kendisini konumlandırmasını sağlamaktadır. ABD’de yapılan çalışmalarda parti kimliği ya da parti aidiyeti, yapılan anketlerde örnekleme kendilerini Demokrat, Cumhuriyetçi ya da Bağımsız olarak mı tanımladıkları sorularak tespit edilir. Eğer kendilerini Bağımsız olarak tanımlıyorlarsa, iki partiden hangisine daha yakın hissettikleri sorulur. Bu sayede bir veri seti oluşturulur ve seçmen davranışı üzerinde tahminler yapılır. Seçmen, bilgi sahibi olmadığı konularda partizanlık bağını kurduğu partinin konumunu benimsemeyi seçer. Bireyin, partisyle bağı ne derece yoğun olursa, algısında yaşanan bu yanılsama da o derece güçlü olacaktır. Mesela Türkiye’de milliyetçi bir partiye aidiyet hissi geliştirmiş bir seçmen, anadilde eğitim ilgili bilgi sahibi olmasa bile partisinin buna karşı olması sebebiyle, bu konuya karşıt bir tutum geliştirebilir.

---

<sup>11</sup> Literary Digest Poll sonuçları, 1936 ABD Başkanlık seçimlerinde Cumhuriyetçi Alfred Landon’ın, Demokratların adayı Franklin Delano Roosevelt karşısında zafer kazanacağını öngörüyordu. Çalışmada, bu dergiye aboneliği olan on milyon okuyucuya posta yoluyla anket gönderildi. Sadece 2.4 milyon okuyucudan yanıt gelmesine rağmen, yanıtlayanların oranı bu çapta bir anket çalışması için hayli yüksektir. Yanıtlayanların arasında Landon açık bir farkla önde çıkmıştı. Fakat seçim sonucunda kazanan Demokrat Roosevelt oldu. Bu hezimet, anket çalışmalarının nasıl yapıldığının sorgulanmasına yol açmıştır. Bu dergi, anketi sadece kendi okuyucularına göndermiştir. Büyük Buhran yıllarında halkın geneli ekonomik sıkıntılar içindeyken dergi aboneliğe sahip olanlar genel olarak varlıklı kesimden idi. Bu kesimin tercihi de Cumhuriyetçi Landon idi. Dolayısıyla bu insanların tüm Amerikan halkını temsil etme kabiliyeti yoktur. Buradan anket çalışmalarında, örneklem oluşturma konusunda anket yapılan kişi sayısından daha önemli bir kriter olarak temsil kabiliyetinin önemi ortaya çıkmıştır (Squire, 1988).



Türkiye’de seçimler üzerine yapılan birçok çalışma, adil ve rekabetçi ortamın ilk kez sağlandığı iddiasıyla 1950 seçimlerini milat kabul eder. Bu tarihten günümüze Türkiye parti sistemi, ciddi sarsıntılar yaşamıştır. Askeri darbeler ve Siyasi Partiler Kanununa dayanarak Anayasa Mahkemesi kararları sonucunda siyasi partiler kapatılmış ve bazıları uzun yıllar kapalı kalmıştır. Partilerin lider kadrolarını oluşturanlara siyaset yasağı getirilmiştir. Parti kapatmalarından sonra seçmen kitleleri kendi ideolojilerini, beklentilerini ve değerlerini yansıtacak yeni bir parti arayışına girmek zorunda kalmıştır. Bu sebeplerle, seçmenlerin bir siyasi partiyle kendi arasında aidiyet geliştirme süreci defalarca sekteye uğramıştır. Bu şartlar altında, önceki nesillerin bir siyasi partiyi destekleme geleneğini bir sonraki nesle aktarmaları zorlaşmıştır. Dolayısıyla, Türkiye siyasi tarihinde bir partiyle kurulan aidiyet hissinin süreklilikten yoksun olduğu söylenebilir. Bu durum, seçimden seçime kararsız seçmen kitlesi ya da partiler arası oy dalgalanmaları olarak kendini göstermektedir (Kalaycıoğlu, 2008).

Bu modele göre, bir parti ile partizanlık bağı kurmuş bir bireyin, bu partiyi bırakıp başka partilerle yeniden bir bağ kurulması çok nadir rastlanan bir durumdur. Özellikle ailenin etkisiyle erken siyasi sosyalizasyon dönemlerinde kurulan bağ, bireyin siyasi tercihlerini uzun dönemli etkilemektedir. Türkiye örneğinde de siyasi sosyalizasyon sürecinde etkili olan unsurlar arasında aile özel bir yer teşkil etmektedir. Uysal ve Topak’ın (2010: 60) yürütmüş oldukları araştırma, siyasi yelpazenin sağında konumlanan partilerin liderlerinin sağ siyasi düşünceye mensup ailelerin çocukları iken, sol siyasi parti liderlerinin de sol yelpazede konumlanan ailelerin çocukları olduğunu göstermiştir.

Siyasi tercihlerde eğişim ancak seçmenin sosyal statüsünde önemli bir gelişme yaşanmışsa mümkün olabilir. Örneğın, eğitim seviyesinde artış, evlenme, iş değıştirme gibi önemli gelişmelerin yaşanması gerekir. Kişinin özel hayatında meydana gelen bu değışikliklere benzer şekilde içinde bulunduğı coğrafyada yaşanan siyasi ve sosyal kritik değışiklikler de partizanlık bağının değışmesine yol açabilir. Örneğın, seçmenin vatandaşı olduğı ülkenin Avrupa Birliğı'ne (AB) üye olması ya da Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliğı'nin (SSCB) dağılması gibi önemli değışimler daha geniş kitlelerin partizanlık bağında değışimlere yol açabilir. Yine de seçimden seçime yaşanan oy dalgalanmaları partizanlık bağında yaşanan değışimler olarak algılanmaz. (Antunes, 2010).

1990'lı yıllarla beraber parti kimliğı modeli, partizanlık bağını fazla önemsemediğı için eleştirilmiştir. Bu teorik model, neden bazı seçmenlerin partizanlık bağı kurduğı partiden başka bir partiye oy verdiğini ya da seçimlerde oy kullanmadığını açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Diğeryandan bu model, ABD'deki iki partili sistemdeki oy verme eğilimlerini açıklamada başarılı olmuştur çünkü; bu ülkede erişkin nüfus arasında partizan tutumlar uzun yıllar süreklilik göstermektedir. Fakat bu coğrafyanın dışında maalesef bu model yetersiz kalmaktadır. Özellikle partizan eğilimleriyle oy tercihleri arasında farklı tutumlar sergileyen seçmenlerin davranışlarını açıklayamamaktadır (Butler & Stokes, 1969: 187-92).

Parti kimliğı modelinin geçerliliğini önemli ölçüde yitirmesinin bir diğery sebebi ise yine 1990'lı yıllarda partiler arasında önemli farkların giderek azalması, birçok partinin merkeze yakın politikalar belirlemesidir. Genel olarak bakıldığında dış ilişkiler,

ekonomi, azınlık hakları, sivil haklar gibi konularda birçok partinin, daha fazla oy alabilmek için aşırı uçlarda politikalar üretmemeyi tercih etmesi sebebiyle politik yelpazede partiler birbirinden belirgin bir şekilde ayrılmazlar. Bu durum da seçmenlerin tek bir partiyle partizanlık bağını kurmasını engeller. Parti kimliklerinin güçlü olmadığı dönemler neticesinde seçmenlerin kendi çıkarlarını ve hükümetin ekonomik performansını değerlendirerek oy verdiğini öngören rasyonel tercih modeli literatürde sıkça referans gösterilen model olmuştur.

### **1.3. Rasyonel Tercih Modeli**

*‘İnsanlar sosyal gruplarına göre oy verir’* diyen sosyolojik modeller, yeni siyasi partilerin doğuşuna sebep olarak sosyal ve tarihi yapıyı öne çıkarmaktadır. Parti politikalarında yaşanan farklılaşmalar ve oy verme davranışının buna göre değişiklik göstermesi meşruiyetini bu noktadan kazanmaktadır. *‘İnsanlar parti aidiyetlerine göre oy verir’* diyen parti kimliği modeli ise, partiye aidiyet veya partizanlık üzerinden seçmen ile siyasi parti arasında kurulan psikolojik bağın oy verme davranışını belirlediğine vurgu yapar. Her iki model de bireylerin seçimden seçime farklılık gösteren oy tercihlerini açıklama konusunda yetersiz kalmaktadır. Rasyonel tercih modeli ise, oy dalgalanmalarını açıklamak için önemli ipuçları sunmaktadır. Bu modele göre, tercihler ve oyun rengi arası ilişki politik konjonktüre göre farklılıklar gösterebilir (Kramer, 1971). Örneğin, seçim yarışında benzer yaklaşımlara sahip birden fazla parti varsa, bireyin tercih edeceği parti bir önceki seçimden farklı olabilir (Andersen & Heath, 2000). Rasyonel ya da diğer bir deyişle ekonomik oy verme modeli her seçim dönemine özgü siyasi ve ekonomik faktörlerin seçmen davranışını belirleyici düzeyde etkilediğini

ileri sürmektedir.

Sosyolojik modele benzer şekilde rasyonel tercih modeli de oy verme eylemine araçsal bir anlam yükler. Fakat bu modele göre, kar/zarar hesaplamaları sonucunda ortaya çıkan bu eylem, sosyolojik modelden farklı olarak birey merkezlidir. Bireyler, kişisel tercihlerini ve beklentilerini karşılayan partileri tercih ederler. Mancur Olson (2009: 53-60) kolektif hareketin mantığını açıkladığı kitabında, rasyonel bir bireyi ait olduğu gruba merkeze koyarak hareket etmeye ancak 'farklı ve seçici' bir dürtünün itebileceğini söyler. Seçim sonuçları, kitlesel tercihlerin bir özeti olarak okunabilir. Fakat bu seçim modeline göre, oy verme davranışı tekil aktör olan bireylerin kendi kişisel kararlarının sonucu oluşur. Oy verme davranışı kitlesel bir hareket olarak görülmekten ziyade bireylerin oy tercihlerine ve karar mekanizmalarına odaklanmalıdır. Dolayısıyla bu model, ait olunan sosyal grupları merkeze koyan diğer iki teorik modelden farklı olarak merkeze bireyi koyar. Rasyonel tercih modelinin temel varsayımları ve genel çerçevesi şu şekilde özetlenebilir:

- Seçmenlerin kişisel çıkarları, bilişsel tutarlılık yakalama ihtiyaçları ve en az emeği harcayarak en çok faydayı elde etmek istemeleri karar motivasyonlarını oluşturur.
- Seçim öncesi süreçte seçmenler aktif olarak seçimle ilgili bilgi toplarlar. Bilgiye ulaşma maliyeti, yeni bilginin getireceği faydayı geçtiği anda bilgi toplamayı bırakırlar. Oy verme öncesinde tüm seçmenlerin, kendi çıkarları ve partilerin seçim vaatleri konusunda net bilgiye sahip oldukları var sayılır.
- Oy verme kararının, rasyonel aktörlerce var olan bilgileri, olayların gerçekleşme

ihtimallerini, potansiyel maliyetlerini ve bunlardan edinebilecekleri faydaları değerlendirerek verildiği varsayılır.

- Karar verme sürecinde, genellikle hükümetin ekonomik performansları (örn. işsizlik ve enflasyon oranları), yönetenlerin yönetim kabiliyetleri ve partilerin bazı meselelere yaklaşımları her seçmenin kendi penceresinden yaptığı değerlendirmelerle gözden geçirilir (Lau & Redlawsk, 2006: 182).

Seçmenlerin kendi çıkarları ve partilerin seçim vaatleri hakkında kesin bilgiye sahip oldukları varsayımı, rasyonel tercih modelinin en çok eleştiri aldığı noktalardan biridir (Green & Shapiro, 1994: 47). Bu modelin savunucuları, seçmenlerin bilgi eksikliklerini sezgisel veya bilişsel kısa yollar oluşturup az bilgi kullanarak giderdiğini iddia etmektedir (Antunes, 2010). Seçim döneminde seçmenler, çok farklı kaynaklardan gelen aşırı bilgi yoğunluğuyla karşı karşıya kalırlar. Bilgi yoğunluğu, karışıklıklara ve verilmek istenen mesajların tam anlaşılmasına yol açar. Bu zor durumla baş edebilmek için seçmenler, diğer adayların, kurumların, medyanın ve kamu figürlerinin benimsediği konuları bir gösterge kabul edip ve seçim vaatleri hakkında sezgilerini kullanırlar. Buradaki önemli mesele, bireylerin sezgilerine duydukları güvendir. Yani seçmenlerin, bilgi yoğunluğu ve karışıklığı olan günümüzde bilgi üzerinden değil, güven üzerinden karar verdiği söylenebilir.

Rasyonel tercih modelinin oluşturulduğu en önemli eserlerin başında Anthony Downs'un 1957 yılında yazdığı "*An Economic Theory of Democracy*" adlı kitabı gelmektedir. Ekonomik modellerin siyaset bilimi alanına uygulandığı bu çalışmada, seçim arenasını pazar alanına benzetilmiştir. Teorik olarak seçmen ile siyasi partiler

arasındaki ilişki gayet nettir. Seçim sürecinde partiler belli meseleler hakkında geliştirdikleri siyasaları seçim arenasında sunarlar. Seçmenler ise, bu siyasalara bakıp kendileri için en fazla fayda getirebilecek olanını seçerler. Yani, tıpkı ekonomik ilişkilerde olduğu gibi, karlarını maksimize edebilecekleri seçeneğe oy verirler (Downs, 1957). Siyasi partiler arzı oluşturan taraf olurken, seçmenler talebi oluşturmaktadır. Bu model, oy kararının verildiği ortamı etkileyen dışsal faktörlerden ziyade bireylerin zihninde oluşan karar mekanizmasına odaklanır.

Bu modelde seçmenler, kendi beklentilerini en iyi karşılayacak ve kendi görüşlerini en iyi temsil edebilecek adaylara ya da partilere oy verirler. Oy kararında, bağlılık hissetme ya da bir gruba aidiyet gibi psikolojik veya sosyolojik faktörler değil, seçmenin beklentilerini gözetmesi gibi rasyonel hesaplamalar etkilidir. Bu model, tüm seçmenlerin tüm aday ya da partilerin siyasal meseleler karşısındaki tutumlarını net olarak bildiğini varsayar (Downs, 1957: 55).

Downs'un geliştirdiği sistematığı bir örnekle açıklayacak olursak; eğer birey oyunun seçim sonucunu etkilemek açısından kritik öneme sahip olduğuna dair bir beklenti içindeyse ve ayrıca oy vermekten elde edeceği fayda, oy vermenin toplam maliyetinden (zaman ve çaba harcamanın maliyeti) fazla ise, o bireyin o seçimlerde oy verme eğilimi artar. Bireyin oy vermekten elde edeceği fayda, salt çıkarlarının maksimize edilmesi değil; aynı zamanda oy vererek vatandaşlık görevini yerine getirdiğini düşünerek elde edeceği psikolojik tatmindir. Bu denklemde, seçmenlerin oy verme konusunda karar mekanizmaları şu şekilde modellenmiştir:

$$R = pB - C + D$$

**R:** o seçimlerde oy kullanarak elde edilen karşılık

**p:** oy olasılığı (oyun önemli olma olasılığı)

**B:** fayda (oy vermenin faydası, bir adayın diğerini geçmesinin türevsel faydası)

**C :** oy vermenin masrafı (zaman ve çaba harcamasının maliyeti)

**D:** vatandaşlık görevi; oy vermenin psikolojik ve medeni faydası

**R** > 0 olduğunda seçmen oy verecektir.

Birey, hangi partiye oy vereceğine karar verirken seçim arenasına siyasalarını sunan partilerden her birinin seçilmesi durumunda kendi çıkarlarının nasıl etkileneceğini belirlemelidir. Eğer yapmış olduğu bu analiz sonucunda, partiler arasında belirgin farklar oluşmuyorsa, yani oy vermenin potansiyel faydası sıfıra yaklaşıyorsa, o bireyin o seçimlerde oy vermeme eğilimi artar. Benzer şekilde, eğer birey kullanacağı oyun, seçimin sonucunda kritik bir değişikliğe sebep olmayacağını düşünüyorsa, oy kullanmama olasılığı yine yükselir. Örneğin, seçim öncesi dönemde bir parti ya da aday, seçim yarışını çok önde götürüyorsa, bu partiye ya da adaya oy verecek bazı seçmenler için sandığa gidip oy vermeyi ifadesizleştirebilir çünkü vereceği oyun seçim sonuçları üzerinde etkisi hissedilmeyecek kadar azdır. Oysa başa baş yarışlara sahne olan seçimlerde her bir oyun seçim sonucunu etkileme gücü olduğu için bu partilerin ya da adayların seçmenleri bunu bilerek oy verme eylemine büyük önem atfedebilirler.

Seçimlere katılım oranlarının rasyonel tercih modelinin işaret ettiği kadar yüksek olması, bu modelin zayıf noktası olarak görülebilir. Downs'un oluşturduğu model ile uygulama arasında uyumsuzluk söz konusudur. André Blais (2000: 2), bu denkleme eleştirel yaklaşır ve şu katkıyı yapar: *“Bu teoriye rağmen, birçok insan oy*

*kullanmaktadır. Gerçekte, seçmen sayısının aşırı derecede fazla ve her bir oyun etkisinin en cüzi durumda olduğunda dahi büyük çoğunluk en önemli seçimlerde oy kullanmaktadır”.* Downs’ın oy verme modelinin çok yüzeysel açıklamalar sunduğunu iddia eder. Blais’e göre, seçmenlerin neredeyse yarısı oy vermeye karar verirken kar/zarar hesaplamaları sonucunda harekete geçmekten ziyade, medeni bir görevi yerine getirme düşüncesiyle hareket etmektedir. Ayrıca, vatandaşlık görev bilinci yüksek olmayan seçmenlerde bile oy vermenin kar/zarar hesaplamalarının Downs’ın modelinin öngördüğü kadar etkili olmadığını ileri sürer. Aynı şekilde, oy vermeye gitmenin maliyeti oy verme davranışı üzerinde önemli bir etkiye sahip değildir (Blais, 2000: 1-16). Özetle Blais, seçmenlerin oylarının seçim sonucu üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu hissedersen oy vermeye daha yatkın olduklarını kabul etmektedir. Fakat modeldeki diğer faktörlerin fazlaca önemsendiğine işaret etmektedir.

Diğer yandan, Downs’ın oy verme modelini doğrulayan çalışmalarda da bulunmaktadır. Ordeshook ve Zeng’e (1997) göre bu model, bireylerin düşünce mekanizmalarının başarılı bir şekilde matematiğe dökülmüş halidir. Fakat başarılı olduğu konu seçimlerde oy kullanıp kullanmama kararını verme konusu değil, seçimlerde hangi adaya/partiye oy verileceğini açıklayabilmesidir. Hesaplamalar, birey oy verme kabine girdikten sonra çalışmaya başlamaktadır. Seçim sonucundan beklenen fayda hesaplamaları, oy verip vermeme kararından ziyade kime oy verileceği kararını etkilemektedir. Bu çalışmada, seçimlerde oy verme kararı, kar/zarar hesaplamalarından farklı olarak, genellikle vatandaşlık görevini yerine getirme duygusuyla ilişkilendirilmiştir.



Bireyselci vurgusuna rağmen, rasyonel tercih modelinin sosyolojik ya da parti kimliği modelinin tam aksini savunduğunu söylemek mümkün değildir. Açık bir şekilde ifade edilmese de rasyonel model, sosyal kimliklerin oy verme tercihinde oynayacakları rol için açık kapı bırakır çünkü bireysel tercihler, o bireyin toplum içinde sahip olduğu konum itibarıyla belirleniyor olabilir. Yine de sosyal grupların, bireylerin tutumlarını etkileme gücü olsa da, oy verme kararını tamamen belirleyebildikleri anlamına gelmez.

Rasyonel tercih modeli, bireylerin karar verme mekanizmasını ayrıntılayarak bu ilişkinin anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Diğer modeller mevcut yapı içinde oluşan davranış örüntülerine bakarak sonuçları gözlemediği için *tümevarım* yaklaşımını uygularken, rasyonel tercih modeli davranışların temel ilkelerini çözümleme yolunu tercih ettiği için *tümdengelim* yaklaşımını uygulamaktadır (J. Evans, 2004: 107). Erik Allardt'a (2001) göre rasyonel tercih modeli, insanların niyetlerini ve motivasyonlarını öne çıkarır. Bu teori, insanların seçim yapma ve bu seçimleri yaşam içerisinde uygulama kapasitesinin açıklanmasına sevk eder.

Rasyonel tercih modelini eleştiren bilim insanlarından biri de Fransız sosyolog Pierre Bourdieu'dür. Bourdieu(1990: 50), bu modelin öngördüğü sosyal aktörlerin işleme mantığının doğru olmadığını savunur çünkü; aktörler açık bir şekilde görünen rasyonel ve ekonomik kriterleri gözeterek değil, gizil duygularıyla hareket ederler. Rasyonel tercihler, tarihi ve kolektif tutumlar tarafından inşa edilmiştir. Rasyonel tercih modeli bu öncül süreçleri göz ardı eder. Ayrıca, bu model bireylerin birbirleriyle ve içinde yaşadıkları toplumla olan ilişkilerini de değerlendirmez. İçinde yaşadığı toplumdan ve toplumun diğer bireylerinden soyutlanarak düşünülen 'rasyonel birey'

varsayımı, büyük oranda sorunlu çıkarımlara sebep olmaktadır. Modelin öngördüğü düşünce denklemi, bireylerin kendi yargılarıyla ve tamamen özgür iradeleriyle oluşmaz. Hatta bireylerin kişisel çıkar tanımlamaları da sosyal etkileşimin sonucudur. Örneğin, bir seçmenin vereceği oydan elde edeceği faydanın neleri kapsayacağı siyasi elitlerin yönlendirmeleriyle oluşur.

Türkiye seçmen davranışı literatüründe, seçmen davranışını demografik faktörlerle ya da sosyal bölünmeler üzerinden açıklayan çalışmalardan farklı olarak ekonomik değerleri öne çıkaran önemli bir akım vardır. Uluslararası literatürde ekonomik oy verme davranışı olarak geçen ve rasyonel tercih teorisinin içinden doğan modele göre, seçmenlerin kararlarını etkileyen birincil faktör ekonominin gidişatıdır. Her seçim dönemi öncesinde seçmenler belli miktar geriye giderek iktidardaki parti veya partilerin ekonomik performanslarını değerlendirirler. Eğer iktidardaki partinin ekonomik performansından memnunsay, ekonomik kalkınmanın veya istikrarın devamı için bu partiyi desteklerler. Yine aynı düşüncelerle, ekonomiden hoşnut değillerse, iktidardaki partilerden farklı partilere oy vererek iktidardaki partiyi cezalandırma yoluna giderler. Literatürde bu durum, iktidar olmanın bedeli olarak geçer. Türkiye’de siyaset bilimi camiasında rasyonel tercih teorisine mesafeli yaklaşıldığı için, bu konuda çalışma yapan kişiler genel olarak ekonomi alanından gelmektedir. Diğer yandan, bu modelin uygulanması adına nicel yöntemlerden yararlanılması gerektiği için Türkiye’de siyaset bilimi dünyasında yeterince yer bulamadığı da düşünülebilir.

Ekonomik değişkenlerin etkisini ölçen ilk çalışmalardan biri Bulutay ve Yıldırım’a (1968) aittir. 1950, 1954, 1957 ve 1960’tan sonra Türk seçmenlerin oy verme

eğilimlerinde iktisadi düşüncelerin katkıları üzerine gerçekleştirilen bu çalışmada, tarımsal üretimin içinde tahıl üretiminin katkısının yüksek olduğu illerde iktidardaki partinin ekonomik performansı sebebiyle daha sert cezalandırıldığı görülmüştür. İktisadi değişkenlerin birçoğunu analiz dışı bıraktığı ve kullandığı değişkenleri karşılaştırmak için keyfi yöntemler seçtiği için bu çalışmanın bulguları sorgulanmaya açıktır.

Ekonomik oy verme davranışı üzerine öncü çalışmalar üreten isimlerin başında Ali T. Akarca gelir. Akarca (2015), 1975'ten 2011'e kadar yapılan toplam 17 yerel ve genel seçim sonuçlarını regresyonla analiz ederek İslami siyasi partilerin iktidar ve muhalefetteyken siyasi performanslarını belirleyen faktörlerini anlamak için çalışmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, diğer partilerden farklı olarak İslamcı ve İslam kökenli partiler için iktidarda olmanın bedeli daha ağırdır. Fakat iktidardayken ekonomik performanslardan etkilenme şekilleri diğer partilerle benzerdir. Bu partiler zamanla parti kapatmalara karşı adapte olmuştur. Bu konuda diğer bir çalışmasında (Akarca & Tansel, 2007), 1995 genel seçimleri sonuçları üzerinde il düzeyinde her partinin oy oranlarını olarak regresyon analizi yapmıştır. Analizde, partilerin bir önceki seçimde aldıkları oy oranları, net göç oranı, eğitim durumu, kadın istihdamı ve büyüme oranları ile 1994 ve 1995 yıllarında kişi başı gayrisafi milli hasıla verileri kullanılmıştır. Analizin sonuçlarına göre, büyüme oranı, koalisyonu oluşturan ana partinin (DYP) oy oranları açısından olumlu ve istatistiki anlamlı bir etkiye sahiptir. Büyüme oranında her bir puanlık artış iktidar partisinin oylarında % 0,27 artış sağlar. Ayrıca, çalışmanın sonuçları Türkiye seçmeninin karar verirken ekonomik performansları göz önünde bulundurduğunu göstermiştir, fakat sadece bir sene öncesinden itibaren performanslar değerlendirilmektedir. Uzun vadeli bir değerlendirmeden söz edilememektedir. Eğer

iktisadi anlamda kötü bir dönemse, aşırı uçtaki muhalefet partilerinin oy oranı artmaktadır. Ekonomik yargılardan hükümetin küçük ortağı olan partiler ile merkezde yer alan muhalefet partileri etkilenmez. Bu durumda, seçmenler iktidarda olan partilerden başka partilere yönelme eğilimindedirler.

İktidardaki partinin oy oranlarında ekonomik performansa göre şekillenen bir değişim vardır (Akarca & Tansel, 2007). Bu değişim, bazı seçmenlerin stratejik davranarak iktidardaki partinin gücünü zayıflatmak için başka partilere yöneltmesinden kaynaklanıyor olabilir. Aynı durum, iktidarın ana partisinin iktidarı süresince verdiği bazı tavizler ve yerine getiremediği sözler sebebiyle partinin gerçek tabanını oluşturanların partiden uzaklaşmasından kaynaklanabilir. İktidar partilerinin oy kayıplarının stratejik oy vermeden dolayı mı ya da tabanın iktidarın bedelini ödetmesinden mi kaynaklandığını gösteren bir çalışma yoktur. 1990'lı yıllardan günümüze kadar yapılan yerel ve genel seçimler üzerine analizleri bulunan Akarca'ya göre, Türkiye seçmeni kararını verirken hükümeti oluşturan parti ya da partilerin ekonomik performansını değerlendirerek oy vermektedir. Fakat seçmenler değerlendirmelerini seçimlerin yapıldığı yıllarla sınırlı tutmaktadır. Bu sebeple Akarca, seçmenleri 'miyop' olarak niteler (Akarca & Tansel, 2006).

Son yıllarda seçmen davranışını belirleyen ana faktörlerin ideolojik mi yoksa ekonomik mi olduğuna dair Ali Çarkoğlu'nun (2012, 2014) iki önemli çalışması bulunmaktadır. 2002, 2007 ve 2011 yıllarında düzenli olarak anket çalışması yaparak panel veri toplayan bu çalışmalar, Türkiye'de bu alandaki veri eksikliğini giderilmesi için önemlidir. Anket verilerinin analizine dayanan bu çalışmalara göre, seçimlerde

etkili olan iki önemli nokta vardır. Biri, uzun vadeli ve giderek artan muhafazakar ideolojik mevzilenmeler ve diğeri, daha kısa dönemli olan genellikle ekonomi açısından pragmatist değerlendirmelerdir. Bu çalışmanın bulgularına göre, 2002 seçimleri ekonomik performansların değerlendirildiği bir seçim olmazken, daha çok ideolojik ve sağ-sol ideolojisinin sonucu belirlediği bir seçim olmuştur. Ekonomik performansın değerlendirilmesi ise 2002'den 2007'ye artmış fakat 2011'de güç kaybetmiştir. Oysa 2002 seçimlerinde bir önceki dönem hükümeti oluşturan partilerin hepsinin baraj altında kalması, 2001 krizini yaşayan Türkiye seçmeninin iktidarı cezalandırması olarak yorumlanabilir, fakat bu sonuç Çarkoğlu'nun çalışmalarıyla desteklenmemektedir.

Merkez-çevre yaklaşımı, Türkiye'de seçmen davranışı konusunda uzun yıllar hakim görüş olmuştur. Eğitim seviyesi, etnik kimlik, dini eğilimler ve çevrenin etkisi, seçmen davranışında belirleyicidir. Bu yaklaşımı sonuçlarıyla tasdikleyen pek çok çalışma yapılmıştır. Fakat Türkiye seçmen davranışının büyük değişiklikler geçirdiği söylenebilir. Son dönemde seçmen davranışını, seçim öncesi yürütülen kampanyalar ve ekonomik gidişat hakkındaki tutumlar daha etkili konumdadır. Seçmenler için soyut düşünme ve strateji kurabilme kabiliyeti, eğitim seviyesindeki toplam yükselme ile göz ardı edilmemesi gereken bir durum halini almıştır. Seçim barajının yüksek olması pek çok seçmen tarafından eleştirilmektedir. Dolayısıyla, seçmenler arası bu konuda farkındalığın olduğu bilinmektedir. Ayrıca, özellikle yerel seçimlerde bir partinin adayının seçilmesi istenmiyorsa, sosyal medya aracılığıyla o adayın o ildeki en güçlü rakibine oy verilmesi konusunda seçmenler kendi çabalarıyla organize olmaya çalışmaktadırlar. Tüm bu gelişmeler düşünüldüğünde Türkiye'de seçmen davranışının en iyi analizi ancak rasyonel seçmenlerin stratejik davranma ihtimali göz önünde

bulundurularak mümkün olabilir.

#### **1.4. Stratejik Oy Verme Modeli**

Rasyonel tercih modelinin içinden doğan stratejik oy verme modeli, çeşitli yönlerden diğer oy verme modellerinden ayrılır. Bu modelde seçimlerde kullanılan oy, salt olarak kişisel tercihlerin beyanı olmaktan ziyade kişilerin çıkarlarına uygun sonucun oluşmasını sağlayan bir araçtır. Seçimler, salt tercihlerin bir ifadesi olmaktan ziyade hükümeti ya da kazananı belirleme aracı olarak görülür. Örneğin, genel seçimler söz konusu olduğunda, bazı seçmenler seçim sonrası kendi çıkarlarına uygun koalisyonun kurulmasını sağlamak amacıyla oy kullanabilir. Bunun için, zaten yarışı önde tamamlayacak parti en çok tercih ettiği parti olmasına rağmen, o partinin seçim sonrası koalisyon kurmasını istediği küçük partiye oy vererek, bu küçük partinin koalisyon pazarlıklarında elinin güçlü olmasını sağlayabilir. Bu sayede, seçmenler kurdukları stratejiyi hayata geçirerek hükümeti belirleyebilirler.

Rasyonel bir seçmen diğer seçmenlerin tercihleriyle ilgili gerekli bilgiye sahip olduğu durumda, tercih ettiği sonuca en çok tercih ettiği parti ya da adaydan başka bir alternatife oy vererek ulaşabileceğini görüyorsa “stratejik” davranır(Gschwend, 2004b: 10-16). Stratejik oy verme davranışı üzerinde çalışan bilimsel çevreler, sosyolojik, parti kimliği modelleri gibi gelenekçi yaklaşımların öngörülerinden sapan davranışları açıklamakla ilgilenmektedirler. Oy durumunu daha gerçekçi yansıtabilmek için hem bireyi şekillendiren bireysel unsurları (eğitim düzeyi, analitik kapasite vs.) hem de bireyi ve içinde bulunduğu grubu etkileyen yapısal unsurları (seçim yasaları, parti sistemlerinin doğası vs.) incelerler. Stratejik oy verme çalışmaları, geleneksel teorilerden bir adım

öteye giderek “*Neden seçmenler bazı durumlarda klasik modellerin öngörülerinden farklı davranışlar sergiliyorlar?*” sorusuna anlamlı bir açıklama sunma çabasındadırlar. Bu davranışın oluşmasını sağlayan temel motivasyonları ve oluşmasına engel olan şartları açıklarlar.

Literatürde oyunu en çok tercih ettiği alternatif için kullanan seçmen samimi (*sincere*) seçmen olarak nitelendirilir. Samimi seçmen, diğer seçmenlerin tercihleri ve tercih sıralamalarıyla ilgilenmemektedir. Stratejik seçmen ise, stratejisinin doğruluğunu kontrol etmek istediği için diğer seçmenlerin oy yönelimlerini göz önünde bulundurur. Ortaya çıkan sonuç üzerinden kendi tercihine oy atabilir ya da diğer alternatiflerine (en az tercih ettiği hariç) oy atar. Bu önerme, stratejik oy verme için iki varsayım içerir. İlk olarak, diledikleri takdirde tüm seçmenler diğer tüm seçmenlerin tercih sırasına dair net bilgiye sahip olabilirler. Özellikle seçmen sayısı çok olan seçimler öncesi yapılan ve sonuçları herkesle paylaşılan halk oylamaları, seçmenlerin bu bilgiye sahip olmada kullandıkları ilk kaynaklardan biridir. İkinci varsayıma göre, tüm seçmenler tercih ettiği parti ya da aday dışında bir alternatife oy verdiğinde istediği sonucu elde edebileceği çıkarımını yapmak için gerekli yeterliliğe sahiptir ve bunu yapmaya gönüllüdür (Blais ve diğerleri, 2001).

Stratejik oy verme çalışmaları, seçmenlerin hangi koşullar altında en çok tercih ettikleri adaya ya da partiye değil, başka bir alternatife oy verdiğini araştırır. Seçmenler, düşünce zincirleri sonucunda “stratejiler” kurarlar ve buna göre oy verirler (Gschwend, 2004: 10). Stratejik oy verme çalışmalarının genel olarak amacı, seçmenlerin hangi partiye oy vereceklerine karar verirken hesaplamalarında etkili olan faktörleri

belirlemektir. Seçim kurumlarını, seçim yasalarını ve seçmenlerin algısının nasıl şekillendiğini yakından incelerler. Bu faktörler, diğer modellerin inceleme kapsamının dışında kalmaktadır.

Stratejik oy verme davranışının 1980'lerin sonuna kadar, seçmen davranışını çalışan akademisyenler tarafından görmezden gelindiği söylenebilir. Teorik düzeyde rasyonel tercih modelinin önemli çevreler tarafından benimsenmesi, sınırları belli kurumsal yapıların içinde seçmenlerin davranışlarında etkili olan faktörlerin incelenmesini teşvik etmiştir(Gschwend, 2004b: 11). Michael Alvarez ve Jonathan Nagler'e (1997)göre, iki önemli siyasi gelişme stratejik oy verme araştırmalarına olan ilgiyi arttırmıştır. İlki, ABD'deki 1968 sonrası reformlarını takiben başkanlık için aday belirleme süreçlerinde yapılan ön seçimlerde her iki ana partide de aday sayısının giderek artmasıdır. İkinci önemli gelişme ise, dünya genelinde çoğunlukçu demokratik sistemlerde üçüncü partilerin yükselişe geçmesidir. Bu iki sebep, stratejik oy verme davranışının açıklanmasına olan ilgiyi arttırmıştır.

Artan ilgi, yakın dönemde yöntem açısından gelişmelerin kaydedilmesini sağlamıştır ve böylece stratejik oy verme davranışı literatürüne önemli katkılar yapılabilmektedir. Bilgisayar teknolojisi, 1990'larda artan bir hızla gelişme göstermiş ve yöntemsel ilerlemeyi destekleyen yazılımların yaratılması mümkün olmuştur. Konu ile ilgili bilgisayar programları kullanarak aynı anda tüm aday veya partiler için oy olasılığını hesaplayabilen simülasyonlar yapılabilir hale gelmiştir.

Diğer yandan, strateji kurma sadece seçmenlere özgü bir davranış değildir. Partiler de bazı açılardan stratejiler geliştirebilirler. Mesela, A, B ve C Partilerinden



oluşan bir seçim düşünelim. A Partisinin birinci sırayı alması beklenen bir seçimde eğer B Partisi yarıştan çekilirse, B Partisinin seçmenleri çeşitli sebeplerden dolayı A partisini seçmemek için C partisine yöneleceklerdir. Oy dağılımındaki bu yeni durumla C Partisinin kazanmasını sağlayabilir. Bu da tıpkı stratejik oy verme gibi stratejik adaylık davranışıdır (Dutta, Jackson, & Le Breton, 2001). Dolayısıyla bu alandaki çalışmalar, seçmen davranışlarının incelenmesiyle sınırlı değildir. Fakat; bu çalışmanın amacının ve odağının dışında kaldığı için partilerin seçimlere yön verme niyetiyle geliştirdikleri stratejiler incelenmeyecektir.

Sadece iki adayın olduğu sistemlerde stratejik oy verme davranışı için etkili faktörler pek güçlü değildir. En az üç adayın olduğu durumlarda, en çok tercih edilen adayın seçilme şansının olmadığı düşünülüyorsa, “*ehven-i şer*” seçilir. Çok partili sistemlerde, seçim yarışının kimler arasında olacağı iki partili sisteme göre daha belirsizdir. Mesela, nispi temsilin olduğu parlamenter sistemlerde, seçimlerde her zaman yarışan birden fazla parti vardır. Bu durumda, doğal olarak hükümetler genellikle birden fazla partinin bir araya gelerek oluşturdukları koalisyonlarla kurulur. Seçmenler belli koalisyonları tercih ederler ama tek bir parti için oy kullanmak durumundadırlar. Oy verme davranışı ile ilgili geleneksel teoriler, bireylerin üzerinde etkili olan bu faktörleri açıklayamamaktadır.

Samimi oy veren seçmenler için oy verme işlemi araçsal bir davranış değildir; bu siyasi katılım hareketinin başlı başına bir anlamı vardır. Bir adayın ya da partinin seçilmesi sağlanırken, aynı zamanda seçmenler tercihlerini belirterek kendilerini ifade ederler. Oy verme; tercih edilen parti, hayran olunan bir parti lideriyle ya da bir politik

yaklaşımın samimi seçmenlerin kendilerini psikolojik olarak yakın hissetme yoludur. Bu tip psikolojik etkiler, daha çok Campbell ve diğerleri(1960: 121) tarafından tanımlanan etkilerle aynı çizgidedir. Stratejik düşünen seçmenlerin oy verme olgusuna yaklaşımları samimi oy veren seçmenlerden farklıdır. Stratejik seçmenler için oy verme araçsal bir anlam taşır. Seçim sonrası oluşması istedikleri tabloya ulaşılması için izlenen bir ara aşamadır. Benzer şekilde, stratejik seçmenler için oy verme aynı zamanda mevcut politikaları ya da liderleri protesto etme yolu olarak da kullanılabilir. Diğer yandan, stratejik seçmenlerin en çok tercih ettikleri parti ile aralarında zayıf bir bağ varsa, elde etmek istedikleri sonuca ulaşmak için başka bir alternatifte yönelmeleri daha olasıdır (Karp ve diğerleri, 2002).

John Blydenburgh'a (1988) göre, stratejik oy verme teorileri dar bölge seçimlerinde üçüncü adayın seçmeninin neden ikinci tercihinin oy verdiğini değil, neden en çok tercih ettiği adaya oy verdiğini tartışmalıdır. Reagan, Carter ve Anderson arasında geçen ABD başkanlık yarışında, Anderson seçmeninin üçte ikisi ikinci tercihinin oy atarken, üçte biri Anderson için oy kullanmıştır. Araştırmanın bulgularına göre, bu iki grubun demografik profili arasında sadece küçük farklılıklar bulunmaktadır. Anderson seçmeni, diğer seçmenlerden farklı demografik özelliklere sahiptir fakat; Anderson'a stratejik oy vermeyen seçmeniyle, stratejik oy veren Anderson seçmeni farklı değildir. Blydenburgh bu durumu şöyle açıklar: Uzun vadeli düşünen ve gelecek odaklı hareket eden seçmenler, üçüncü sıradaki adaya oy vererek seçim sistemini değiştirmeyi amaçlıyor olabilir. Yani, çoğunlukçu sistemlerin getirisi olan iki adaylı ya da iki partili düzenin değişmesi ve üçüncü partinin de seçim yarışında varlık gösterebilmesi amacıyla hareket ediyor olabilirler. Bu sebeple, stratejik oy kullanarak aynı seçim sistemi içinde

kısa süreli çözümler üretmektense, değişim yaratmak için uzun vadeli düşünüyor olabilirler.

Türkiye seçmen davranışı literatüründe stratejik oy verme davranışı üzerine ilk kez Ali Akarca ve Aysit Tansel çalışmıştır. 1995 genel seçim sonuçları üzerine yaptıkları analize, seçmenlerin en azından bir bölümünün hükümeti oluşturan partiler ve diğerleri arasında güç dengesini kurmak için stratejik davrandığını belirtirler (Akarca & Tansel, 2003). 1950-2004 yılları arasında yapılan tüm genel ve yerel seçim sonuçları üzerine yaptıkları bir diğer çalışmada da seçmenlerin iktidardaki partilerin sahip oldukları gücü diğer partilere dağıtmak için stratejik davrandığı sonucuna ulaşmışlardır (Akarca & Tansel, 2006). Yerel ve genel seçimler üzerine yaptıkları birçok çalışma yine bu sonuca işaret etmiştir (Akarca, 2011, 2015; Akarca & Tansel, 2007). Fakat, bu çalışmaların hiçbirinde stratejik oy verme açıkça tanımlanmamıştır. Ayrıca, hangi yönde oy değiştirme kararının stratejik olarak değerlendirildiği de belirtilmemiştir. İl düzeyinde seçim sonuçlarında partiler arası farklar bulunarak, eğer hükümeti oluşturan partiler oy kaybı yaşamışsa bu durum stratejik oy verme kaynaklı olarak açıklanmıştır. Esasen meydana gelen fark tam da ekonomik oy verme davranışına karşılık gelmektedir. Bu çalışmalarda kullanılan stratejik oy verme kavramı, bu kavramın uluslararası literatürdeki karşılığıyla örtüşmemektedir. Dolayısıyla bu çalışmalar ekonomik oy verme alanında önemli katkılar sunarken, stratejik oy verme davranışı açısından yetersiz kalmıştır.

Türkiye’de stratejik seçmen davranışı üzerine yapılan bir diğer çalışma, laboratuvar ortamında üniversite öğrencilerine tekrar eden seçim örnekleri göstererek

seçim barajının stratejik oy vermeye etkisini ölçmüştür (Blais, Erisen, & Rheault, 2014). Deneylerin sonuçlarına göre, denekler seçimlerle ilgili geçmiş bilgisine sahip oldukça seçim barajını gözeterek stratejik davranma eğilimi göstermektedir. Bu çalışma, dünyanın en yüksek seçim barajına sahip Türkiye’de bu uygulamanın etkisinin görülmesi açısından önemlidir. Fakat deneklerin üniversite öğrencileriyle sınırlı tutulması çalışmanın dış geçerliliğinin düşük olmasına yol açmaktadır. Diğer bir deyişle bu deney uygulamasıyla gözlemlenen sonuçların gerçek hayattan bir karşılığının olup olmadığı bilinemez. Yine aynı deney düzenini uygulayarak üniversite öğrencilerinin seçim barajı olan nispi temsil sisteminde yapılan seçimlerde kişilerin karakter özelliklerinin (yeni deneyimlere açık olma, dışa dönüklük, vicdanlı olma, duygusal açıdan dengeli olma ve uzlaşabilirlik) stratejik oy verme üzerindeki etkisi ölçülmüştür (Erisen & Blais, 2014). Deneyin bulgularına göre, uzlaşabilirlik stratejik oy verme ihtimalini azaltırken yeni deneyimlere açık olma ve duygusal açıdan dengeli olma özellikleri bu ihtimali arttırıcı yönde etkilere sahiptir. Bir önceki deney çalışmasında bahsedilen dış geçerlilik sorunu, araştırma düzeni sebebiyle bu çalışma için de geçerlidir.

Son olarak, İzmir’de anket yöntemi kullanılarak stratejik oy verme davranışı üzerine bir çalışma yürütüldü(Tosun, Erdoğan Tosun, & Aydoğan Ünal, 2014). Bu çalışmayla, yerel seçimlerde İzmir örneği üzerinden stratejik davranış sergileme potansiyeline sahip seçmenlerin demografik özellikleri, parti tercihleri ve oy verirken göz önünde bulundurdıkları kriterlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın sonucunda stratejik davranmaya meyilli seçmenler ile samimi davranmaya meyilli seçmenler arasında istatistiki anlamda farklılığa rastlanmamıştır.

Türkiye seçmen davranışı literatüründe, partiler arası oy geçişlerini anlamayı ve açıklamayı hedefleyen birçok çalışma mevcuttur. Fakat bu çalışmalar genel olarak yöntemsel bazı kısıtlar sebebiyle hedeflenene ulaşmakta yeterince etkili olamamıştır. Bu konuda yapılan çalışmalarda sıklıkla başvurulan yöntem, bireysel düzeyde veri elde edebilmek için anket yoluyla toplanan verinin analizidir. Anketlerin çoğu zaman uzman kişilerce gerçekleştirilmemesi, tüm seçmenleri temsil edebilecek örneklem oluşturmanın zorluğu ve mali kaynak bulma konusunda yaşanan sıkıntılar gibi sebeplerle bu yöntemle elde edilen verinin güvenilirliği ve geçerliği düşüktür.

Öte yandan, dünyada gördüğü ilgi sürekli artan bir yaklaşım olan araştırma verisini herkesin erişimine açık hale getirme, Türkiye’de henüz gereken ilgiyi görmemektedir. Sağlıklı ve güvenilir veriye ulaşmanın güçlüğünün bir sonucu olarak, araştırmacılar verilerini herkesin erişimine açma konusunda eli sıkı davranmaktadır. Oysa araştırmaların sonuçlarının ne derece doğru olduğu ele alınırken, bu araştırmalarda kullanılan verilerin ne derece doğru analiz edildiğini kontrol etmek de gereklidir. Ayrıca, veri paylaşımı sayesinde, örneğin, aynı soru kağıdını kullanan fakat farklı zamanlarda ya da farklı coğrafyalarda yapılmış araştırmalar bir araya getirilerek karşılaştırmalı çalışmaların yapılması mümkün olabilecektir. Sonuç olarak, Türkiye’de güvenilir veri toplamanın zor olması ve araştırmalarda kullanılan anket verisinin diğer araştırmacıların erişimine açık olmaması sebebiyle sonuçlarının doğruluk testine tutulmaması, bu alanda önemli ve kapsamlı çalışmaların yapılmasını engellemektedir.

Anket yöntemi, tüm bu kısıtlarına rağmen seçim öncesi kamuoyu araştırmalarını yapmak ve seçim verisinden var olmayan fakat seçmen davranışını etkileyen unsurların

(yaş, cinsiyet, sosyo-ekonomik durum vs.) analizi için kullanılabilir ana yöntemdir. Aslında bu faktörlerin analizi de toplu veri analiz yöntemleriyle yapılabilmektedir ve tüm seçmenleri temsil eden sonuçlar üretebilir. Toplu veri analizi, son yıllarda sosyal bilimlerde neredeyse tüm alanlarda kullanılan bir araç haline gelmiştir. Dijital çağda toplam veriye ulaşmanın maliyeti hızla düşmektedir. Veriye ulaşımdan sonraki hayati adım, verinin doğru analizidir. Sayıları konuşurmak ve arkasındaki hikayeyi çözmek, bu alanda yetkin kişilerin yetişmesiyle mümkün olabilmektedir. Batı ülkelerinde seçmen davranışı üzerine çalışan akademisyenler maliyetli olması ve sonuçlarının her zaman toplumun tümünü temsil etmemesi sebebiyle anket yönteminden ziyade toplu veri analizine yönelmektedir.

Fakat Türkiye özelinde bu kadar detaylı verinin herkesin erişimine açık olmaması, ileri analiz yöntemlerinin uygulanamamasına sebep olmaktadır. Oysa adrese dayalı nüfus kayıt sistemine geçildiği günden itibaren araştırmacıların ihtiyacı olan yeterli derecede detaylı veri resmi makamlarca toplanmaktadır. Bu veriler, güvenilirdir fakat çeşitli güvenlik endişeleri sebebiyle erişime açık olmadığı için araştırmalar kısıtlı kaynaklara mahkum olmaktadır. Türkiye'deki seçmen davranışı literatüründe yöntemsel ve operasyonel zayıflıkların yanında, davranışların teorik temellendirilmesi yönünün zayıf kaldığı da görülmektedir. Türkiye'nin kendine has siyasi hayatı sebebiyle Türkiye seçmeninin davranışlarının uluslararası literatürde kabul edilen teorilerle açıklanmasının mümkün olmadığına dair yaygın bir önyargı mevcuttur. Bu önyargı, üretilen yayınlara yansımış ve uluslararası literatür ile Türkiye seçmen davranışı literatürünü uyumlu hale getirmek oldukça güçleşmiştir.

Ali Çarkoğlu (2012: 161-164), bu uyumsuzlukla ilgili olarak üç sebep sunmuştur. Birinci sebep, Türk demokrasisinin temelinin askeri müdahaleler sebebiyle sürekli sallanmasıdır. Bireysel seçmen tercihlerinin oluşması için gereken süreklilik defalarca sekteye uğratılmıştır. Ayrıca, gündemi sıkça meşgul eden, siyasi arenada etkili kişiler arasında yaşanan çekişmeler ve çatışmalar, oy verecek bireylerin dikkatinin bu yöne doğru kaymasına sebep olmuştur. Bireyler için oy verme kararını vermeden önce siyasilerin vaatleri ve sonrasında bu vaatlerin ne derece yerine getirildiği odak noktası olmaktan çıkarılmıştır. Benzer şekilde, akademik dünyada da Türkiye seçmeninin tercihlerinin nasıl şekillendiğinden ziyade elitler arası çatışmalar her zaman daha fazla ilgi görmüştür. Çarkoğlu, ikinci sebep olarak davranışsal ve rasyonel tercih yaklaşımlarının Türkiye’de siyaset bilimi çalışan akademisyenler tarafından sınırlı düzeyde kabul görmesini göstermiştir. Oysa bu gelişmeler oy verme davranışı literatüründe önemli dönüm noktalarıdır. Üçüncü sebep ise, bu alanda veri eksikliği ve ileri düzeyde analiz yöntemleri konularında yeterli sayıda uzman kişinin yetişmemiş olmasıdır.

Türkiye siyasi hayatı, sık sık kesintilere uğradığı için düzenli olarak geliştirilemeyen parti aidiyetleri sebebiyle seçimden seçime önemli oy dalgalanmaları yaşanmaktadır. Bu yaşanan dalgalanmaların yönü ve gerçekleştiği coğrafyaların doğru tespiti, Türkiye siyasetini ve seçmen davranışını doğru okumak için hayati önem taşımaktadır. Fakat henüz bu konularda istenilen noktaya ulaşamamıştır. Bu çalışmanın birinci hedefi, oy dalgalanmalarını ülkedeki tüm seçmenleri kapsayacak şekilde seçim verisi üzerinden güvenilir şekilde analiz edebilmektir.

Seçmenlerin, seçimler neticesinde istedikleri tablonun oluşması için en çok tercih ettikleri partiden farklı bir partiye oy verebildiği durumları açıklayan stratejik oy verme davranışı ikinci bölümde yakından incelenecektir. Ayrıca, bu bölümde bu davranışın analizinde yaygın olarak kullanılan anket yöntemi ile, bu çalışmanın kullandığı ekolojik çıkarım yöntemi açıklanacaktır.





## İKİNCİ BÖLÜM

### STRATEJİK OY VERME DAVRANIŞI

Bir seçmen için en çok tercih ettiği partiye oy atacağı seçim, “kolay seçim” olarak nitelendirilir. Bu nitelendirmenin dolaylı olarak gösterdiği gibi, her seçim seçmenler için kolay seçim değildir. Bazı durumlarda seçmenler, çeşitli sebeplerle en çok tercih ettikleri partiden farklı bir alternatife yönelmeyi seçerler. Bu sebeplerden biri, en çok tercih ettiği partinin seçimi kazanma şansının olmamasıdır. Bu durumda seçmen, kazanma şansı olan ve kendisine ideolojik olarak yakın hissettiği başka bir partiye oy vererek oyunun harcanmasını önlemek ister. Bu bölümde, stratejik oy verme davranışının seçmen davranışı literatüründeki yeri, oluşmasını etkileyen bireysel ve yapısal unsurlar, temel varsayımları ve analizinde kullanılan yöntemler ayrıntılı bir biçimde işlenecektir.

Seçmen davranışı literatüründe bu stratejik davranıştan ilk kez 1869 yılında Henry Droop tarafından bahsedildiği kabul edilir: “*Duyarlı seçmenler en çok oyu alanın kazandığı seçim sistemlerinde daha az tercih edilen fakat daha fazla kazanma şansına sahip kişiye oy verebilirler*” (Droop, 1869). En çok tercih edilen partiden farklı bir partiye oy verilen durumlar, literatürde *taktiksel, sofistike* ya da *stratejik oy verme* olarak adlandırılır. Birbiri yerine geçebilecek bu tanımlamalardan stratejik oy verme, son yıllarda literatürde genel kabul gördüğü için bu çalışmada da bu şekilde kullanılacaktır.

Günümüze kadar stratejik oy vermeyi farklı ve daha geniş tanımlayan çalışmalar da yapılmıştır. Örneğin, Japonya genel seçimleri üzerine çalışma yapan Kei Kawai ve Yasutora Watanabe’ye (2013) göre, stratejik seçmen ile yanlış mevzilenmiş

seçmen ayrı gruplar olarak değerlendirilmelidir. Yanlış mevzilenen seçmen en çok tercih ettiği partiden başkasına yönelebilir ama bunun arkasındaki motivasyon stratejik oy vermeye yol açan motivasyonlardan değildir. Seçmen, oy verme kararını çok geç verdiği için alelacele bir partiyi seçmiş olabilir ya da çekimser kalabilir. Diğer yandan, bir seçmen diğer seçmenlerin oy eğilimlerini göz önünde bulundurduğu halde stratejisi gereği yine en çok tercih ettiği partiye oy verebilir. Bu kavramsal çerçeveye göre, genelin önemli bir kesimi (%75,3-80,3) stratejik seçmendir, fakat sadece küçük bir bölümü (%2,4-5,5) yanlış mevzilenmiştir.

Stratejik oy verme davranışının tanımlanmasına getirilen bir diğer farklı bakış, kavrama daha geniş bir perspektiften yaklaşan Donald J. McCrone(1977) tarafından kazandırılmıştır. McCrone'a göre en basit strateji, samimi yani en çok tercih edilen partiye oy vermektir. Seçmenlerin oy verme sırası her zaman tercih sıralarını yansıtmaz. Stratejik oy verme olgusu; dinamik ve akışkandır. Seçmenler sadece meselenin içeriğiyle değil, aynı zamanda diğer seçmenlerin olası davranışlarıyla, üzerinde tartışılan siyasaların çeşitliliğiyle ve seçimlerin olası sonuçlarıyla da ilgilienirler. Elbette, stratejik oy verme davranışına böylesi geniş perspektiften bakmak bu davranışın ölçülmesiyle ilgili birtakım zorluklar doğurmaktadır. Bu zorlukların başında, oya yansımayan stratejilerin seçim öncesi kurulup kurulmadığını öğrenmek gelir. Bu bilgiye erişmek için de seçim öncesi bir araştırma yapmak gerekecektir. Geniş kapsamlı bir araştırmayla ancak seçmenlerin niyetlerine ulaşılabilir. Ayrıca, seçmenin belirlediği stratejiyi uygulayıp uygulamadığının görülmesi için de seçim sonrası bir araştırma (*ex-post*) yapılmalıdır. Bu sebeplerden olacak ki bu geniş perspektif, literatürde çok kişi tarafından benimsenmemiştir.

En çok tercih edilen partinin seçilme ihtimalinin olmadığı durumlarda seçilme ihtimali olan partiye yönelme, stratejik oy verme örneklerinden biridir. Bu durum, Droop'tan sonra pek çok kez literatürde ampirik olarak test edilmesine rağmen, teorik açıklaması ilk kez Maurice Duverger tarafından yapıldığı için “*Duverger Kanunu*” olarak adlandırılır (Leighley, 2012: 90).

### **2.1. Duverger Kanunu**

Maurice Duverger'nin *Siyasi Partiler* (1954: 215-224) adlı eserinin siyaset bilimi literatüründe stratejik oy verme davranışının arka planını çözerek teorik tanımını yapan ilk eser olduğu kabul edilir. Duverger, parti sistemini ve seçim kuramlarını stratejik oy verme davranışı ile ilişkilendirmiştir. Duverger Kanunu olarak adlandırılan bu yaklaşım iki etkiden söz eder:

İlki, mekanik etkidir ve bu etki, seçim sonrası sandalye dağılımını belirleyen kanunların nasıl işlediği üzerinedir. Bu etkinin nihai neticesine göre, seçim kanunları parlamentoda büyük partilerin elde ettikleri oy oranlarından daha fazla ve küçük partilerin ise daha az temsil edilmesini sağlamaya eğilimlidir. Bu durum, büyük partiler ile küçük partiler açısından farklı sonuçlar doğurduğu için literatürde “tersine Robin Hood etkisi” olarak da tanımlanmaktadır.

İkinci etki ise psikolojik etkidir. Özellikle en çok oyu alanın seçildiği çoğunlukçu sistemlerde seçmenler, eğer küçük bir partiye ya da güçsüz bir adaya oy atarlarsa oylarının harcadığını düşünebilirler. Oylarını boşa harcamamak isteyen seçmenler, daha büyük bir musibettense “*ehven-i şer*” olan seçeneğe oy vermeye eğilimlidir. Oyun harcanmasından kaçınmak, mekanik etkinin doğurduğu psikolojik sonuç olarak

görülebilmek (Shively, 1970), çünkü bu davranışa yönlendiren seçim kurallarıdır. Örneğin, tüm seçmenlerin seçim barajı uygulamasından haberdar olduğunu düşünelim. Bu durumda seçmenlerin büyük çoğunluğunun, mekanik etkiden dolayı barajı geçemeyerek meclis dışında kalacak partileri desteklememeye karar vermesi beklenen bir sonuçtur. Bu sebeple, stratejik oy verme psikolojik etkinin en makul neticesi görülür.

Duverger'nin yapmış olduğu bu teorik açıklama, seçmenlerin rasyonel tercihler yaptığı varsayımına dayanır. Rasyonel bireylerin stratejik oy kullanabildikleri varsayımı, günümüzdeki birçok seçim sisteminin nasıl işlediğine dair oluşturulan formel modellerde kullanılmıştır (Taagepera, 2007: 177). Fakat bu varsayım, 19. yüzyılda seçkin kuramcılarının şüpheyle yaklaştığı bir varsayım olmuştur. O dönemlerde, siyasi gerçeklerle ilgili temel bilgilere sahip olup strateji geliştirmek için gerekli olan bilişsel becerilere seçmenlerin genelinin sahip olmadığına dair bir kanı mevcuttur (Caplan, 2011: 107). Fakat, 20. yüzyılla birlikte bireylerin davranışlarının altında bilincin yattığı ampirik testlerle pek çok kez ortaya konmuştur.

Ayrıca yapılan çalışmalara göre, bilincin işletilerek davranışa dönüşmesi için o konu hakkında tüm bilgiye sahip olmak bir zorunluluk değildir. Örneğin, siyasi meseleler hakkında az bilgiye sahip olan bir seçmen, bu eksikliğini partisiyle kurduğu bağımlılık ilişkisi ve güveniyle giderebilir (Carpini & Keeter, 1993). Partisinin genel tutumunu benimser Böylece bireyde oluşan bilinç, davranışa yansır. Ayrıca, bireyleri rasyonel olarak varsaymak, bilimsel açıdan yapılan araştırmaları birbiriyle karşılaştırmak açısından da birtakım kolaylıklar sunmaktadır. Davranışların bilinçle değil aksine keyfi olarak geliştiği varsayılırsa, oluşturdukları düzeni anlama çabası

kaçınılmaz olarak manasızlaşır.

Son dönemde, yine de bu iki farklı yaklaşım arasında uzlaşma sağlandığını söylemek güçtür. Stephen Fisher (2004),yakın geçmişte İngiltere için yapmış olduğu çalışmasında “*gerçek hayatta kimse kısa zamanlı soyut kavramsallaştırmayı gerçekleştirecek yeterliliğe sahip değildir*” sonucuna varmıştır. Oysa William Riker (1982),aynı ülkeyi konu alan bir çalışmasında önemli ölçüde stratejik oy vermenin gerçekleştiğini ortaya koyduğunu iddia etmektedir. Çoğunlukla ülke çapında üçüncü partilerin aleyhine görülen stratejik oy verme davranışını, Duverger'nin açıkladığı psikolojik etkinin bir sonucu olarak değerlendirir.

Duverger Kanununu daha derinlemesine ele alacak olursak, bu kanuna göre seçmenler adayların seçimlerde alacakları oy oranlarını yaklaşık olarak tahmin edebilmektedirler. Bu konuda zihinlerde bir belirsizlik durumu yoktur. Bu durum, seçimin genel gidişatına dair net bir kamuoyu oluştuğuna işaret eder. Stratejik oy verme kararı, aynı zamanda diğer seçmenlerin oy eğilimlerini değerlendirmeyi gerektirir. Dolayısıyla, genelin sahip olduğu bu netlik stratejilerin kurulmasına yardımcı olur.

Diğer yandan Myatt ve Fisher (2002), bireylerin diğer seçmenlerin oy eğilimlerine dair bilgi sahibi olduklarını kabul etmekte fakat bunun Duverger'nin öngördüğünün aksine stratejik oy verme davranışına dair olumsuz bir etki yarattığını savunmaktadırlar. Diğer seçmenlerin stratejik oy vereceğine dair sahip olunan intiba kuvvetlendikçe, o bireyin stratejik davranmak için sahip olduğu motivasyon azalır. Bu olumsuz geri dönüş, tam koordine ve düzenli bir oy dengesini sağlayacak stratejilerin uygulanmasını zorlaştırır. Bu bağlamda, stratejik oy verme kendini teşvik edici (*self-*

*reinforcing*) olmaktan ziyade kendini sınırlayıcıdır (*self-attenuating*). Bu sebeplerden dolayı, eğer bir seçmen diğer seçmenlerin stratejik davranacağını umuyorsa, oy verirken daha dikkatli olmalıdır. Aksi halde, kurduğu strateji amacına ulaşmayacaktır.

Duverger Kanununa göre, çoğunlukçu sistemler iki partili sistemi destekler. Çoğunlukçu yapı, en fazla oyu alanın seçildiği bir sistem olduğu için nihayetinde çok adaylı yarışını iki adayın tüm oyları aldığı bir yarışa dönüştürebilir. Alvarez ve Nagler (2000), Duverger Kanununu Britanya parlamento seçimleri döneminde anket yöntemiyle bireysel verileri toplayarak seçmen tercihleri üzerinde saptamıştır. Bu çalışmanın bulguları, seçmenlerin kazanma şansı düşük aday için oy atmaya daha az yatkın olduklarını doğrulamıştır. Fakat, seçmenler ancak adaylar arasında seçim yarışını çok yakın seyrediyorsa, en çok tercih ettikleri ikinci aday için oy kullanabiliyorlar. Seçmenler eğer kazanma şansı çok azsa, en çok tercih ettikleri adaya değil, ikinci tercih ettikleri alternatifte oy atmaktadırlar. Britanya’da üçüncü partinin küçülmesi ve oyunu harcamama eğilimi seçmenlerin stratejik davrandığını göstermektedir. Thomas Fujiwara ve diğerleri (2011), Brezilya belediye seçimleri örneğinde Duverger Kanununu test etmiştir. Bu çalışmaya göre, dar bölge seçimlerinde üçüncü adaya olan destek iki adayın seçildiği seçimlere oranla daha düşüktür.

## **2.2. Duvergerci Olmayan Denge**

Öte yandan ilk olarak Thomas Palfrey (1988: 1-22) tarafından açıklandığı üzere, Duverger’in işaret ettiği durumun bazı istisnaları vardır. Bu istisnai durumları, *Duvergerci olmayan denge* olarak tanımlamıştır. Duverger’in öngördüğünden farklı durumların oluşmasının sebebi, bireylerin rasyonel kapasitelerinin sınırlı olmasından

ziyade, seçim yarışında yaşanan bazı durumlardır. Duvergerci olmayan denge, iki ya da daha fazla adayın ikincilik için birbirine çok yakın olması ve seçmenin hangisini eleyeceğine karar veremediği durumları anlatır. Bu, bıçak sırtı bir dengedir. Örneğin; bir sağ, iki sol parti adayı varsa ve sol parti adayları arasında öne çıkan biri yoksa, Duvergerci olmayan denge oluşur. Seçmen, stratejik davranarak en iyi ikinci destekleyemez ve en çok tercih ettiği adaya samimi olarak oy kullanarak yönelir. Diğer bir örnek ise hangi adayın ikinci, hangi adayın üçüncü olduğunun net olmadığı 1970 Britanya genel seçimleridir. Duvergerci olmayan dengenin olduğu bu durumda, hiçbir aday stratejik oy verme davranışının bir sonucu olan yarış içinde yok olma sorunundan muzdarip olmamıştır (Cox, 1997).

Gary Cox (1997), “*Making Votes Count: Strategic Coordination in the World's Electoral Systems*” (Oyların Sayılması: Dünyanın Seçim Sistemlerinde Stratejik Koordinasyon) adlı kitabında stratejik oy verme ile ilgili olarak Duvergerci olmayan dengeyi bir kural olarak formüle etmiştir. Bu kurala göre, çoğunlukçu sistemin geçerli olduğu seçim bölgelerinde iki olası sonuç yaşanır. İlk sonuç, Duvergerci denilen; sadece iki büyük partinin oyları bölüştüğü sonuçtur. Seçmenler, bu iki büyük parti dışındaki partilerin seçimi kazanacak kadar oy elde edemeyeceklerini bildikleri için bu partileri tercih etmezler. Dolayısıyla seçmenler bu iki parti arasında hangisini en çok tercih ediyorlarsa stratejik davranarak ona oy verirler. Bu farkındalık, seçmenlerin sadece en çok ya da en çok ikinci oyu alabilecek parti için oy vermeleri sonucunu yaratır. Cox, en çok oyu alan ikinci partiyi “ilk kaybeden” olarak adlandırır. Bu sonuç, Duverger’in iddia ettiği gibi basit çoğunlukçu sistemleri iki partili sistemlerle bağdaştırma sebebimizdir.

Cox (1997: 75-103), basit çoğunluk seçimlerinde başka bir sonucun daha muhtemel olduğunu ileri sürmektedir. Duvergerci olmayan denge diye adlandırılan bu sonuç, ilk kaybeden ile ikinci kaybedenin aynı oranda oy alma ihtimalinin olduğu durumlarda oluşur. Bu iki parti seçim mücadelesinde başa baş gittiği için seçmen strateji kuramaz çünkü strateji kurabilmesi için bir partinin kazanma ihtimalinin diğerinden daha fazla olduğunu bilmesi gereklidir. Bu koşullar altında sadece iki olası sonuç çıkar: Duvergerci sonuç yani sadece iki parti tüm oyları alır ya da Duvergerci olmayan sonuçla üç parti oy alır; ilki en çok oyu alırken, diğer ikisi aynı oranda oy alır.

Cox, ikinci kaybeden ile ikinci kaybedenin oylarının oranlanmasında çift olasılıklı dağılımın söz konusu olacağını iddia etmektedir. Bu oranı,  $\frac{S}{F}$  oranı olarak formüle eder:

**S:** İkinci kaybeden (*second loser*)

**F:** İlk kaybeden (*first loser*)

Duvergerci sonuçta  $\frac{S}{F} = 0$  'dır. Duvergerci olmayan sonuçta ise,  $\frac{S}{F} = 1$  'dir; çünkü her ikisi de aynı oranda oy almıştır. Cox, çift olasılıklı  $\frac{S}{F}$  oranını Britanya seçimleri üzerinden test etmiştir ve  $\frac{S}{F}$  'nin genellikle bu dağılıma sahip olduğunu görmüştür (Cox, 1997: 83). Ayrıca Cox'un çift olasılık modeli, iki partili sistemlerle sınırlı değildir ve nispi temsil sistemlerindeki çoklu seçim bölgelerinde de geçerli olduğu görülmektedir.

Örneğin; Türkiye'de büyükşehir belediye başkanları çoğunlukçu sisteme göre seçilir. Bu seçimlerde Duvergerci denge var ise, seçim yarışında yalnızca iki partinin



adayı yarışın içindedir. Diğerlerinin aldığı toplam oy ihmal edilebilir düzeyde olmalıdır. Duvergerci denge 2014 Mahalli İdareler seçiminde Çankırı Belediye başkanlığı seçiminde, MHP ve AKP yarışı önde götürerek toplamda %91,6 oy almıştır. Bu seçim bölgesinde üçüncü olan parti Büyük Birlik Partisi (BBP) ise %3,7 oy alabilmiştir. Bu durumda,

$$\frac{S}{F} = \frac{1,4}{42,9} = 0.03$$

0 değerine çok yaklaşık olan bu sonuç gösteriyor ki; bu seçimde yarışın iki büyük parti arasında geçmesi, ikinci kaybedenden başlayarak tüm diğer adayları yarıştan silmiştir. Aynı seçimlerde Mersin Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimi, Duvergerci olmayan ve Cox'un varlığını iddia ettiği  $\frac{S}{F}$  oranının 1'e yaklaştığı bir seçim olmuştur. Seçimi önde tamamlayan MHP, ikinci CHP ve üçüncü olan AKP'nin oy oranları birbirine çok yakındır.

$$\frac{S}{F} = \frac{27,9}{28,2} = 0.99$$

İkinci kaybedenin ilk kaybedene oy oranı neredeyse 1'e eşit olmuştur. Böyle durumlarda seçim öncesi oyunu boşa harcamak istemeyen seçmenler için strateji belirlemek epey güçtür. Dolayısıyla her üç partinin seçmenin kendi partisini destekleyeceği öngörüsü hayata geçmiştir.

### **2.3. Downs Kanunu**

Anthony Downs, ekonomi alanındaki bazı varsayımları seçmen davranışı literatürüne uygulayarak rasyonel tercih teorisinin gelişimine büyük katkılar sundu.

Ekonomide tüketicilerin davranışları değerlendirilirken rasyonel oldukları ve seçimlerini buna göre yaptıkları varsayımına benzer şekilde seçmenlerin de rasyonel oldukları ve seçimlerini usa vurarak yaptıkları varsayımı üzerine teorisini kurmuştur. Seçmenler seçim zamanı, tıpkı pazarda dolaşan tüketiciler gibi karar vermeden önce tüm seçenekleri dolaşıp gözden geçirmek isterler. Bu seçenekler arasında kendi çıkarları açısından en çok fayda getirecek seçenekte karar kılarlar. Kararın rasyonel düşünce zincirinin bir sonucu olduğunu ileri süren Downs, bu kararın psikolojik etkilerin sonucu olduğunu belirten Duvergerci yaklaşımdan ayrılır.

Anthony Downs (1957), *“Her seçmen tercih ettiği partinin seçilebilecek partiler arasında olup olmadığına dair öngörülerde bulunur. Eğer seçilemeyeceğine inanıyorsa, başka bir partiye oy vermesi için kendine rasyonel bir komut verir”*<sup>12</sup>diyerek stratejik oy kullanmanın yalın tanımını yapmıştır. Stratejik oy verme kararı verilirken, yalnızca tercih edilen partinin seçilme şansı değerlendirilmez. Ayrıca, kazanması istenmeyen bir partinin de seçimlerde başarılı olma olasılığı risk ölçeğinde değerlendirilir. Stratejik hamle, çoğunlukçu sistemlerde o partiyi iktidardan ve çok partili sistemlerde büyük çoğunlukla hükümet oluşturmaktan uzak tutmayı amaçlar.

Stratejik oy verme davranışını, Downs’un vermiş olduğu şu örnekle açıklayabiliriz:

*“Mesela; sağ, merkez ve sol olmak üzere üç partinin olduğunu varsayalım. X adlı seçmen sağ partiyi merkez partiye, merkez partiyi ise sol partiye tercih etmektedir. Aynı zamanda, üç parti arasında*

---

<sup>12</sup>Tarafınca çevrilmiştir.

*seçilme şansı en düşük olan partinin, en çok tercih ettiği parti olan sağ parti olduğuna inanmaktadır. Bu durumda, eğer kendini merkez partiye çok uzak hissediyorsa ve sol partinin kazanma durumuna karşı kayıtsızsa, oy verme kararını değiştirmez; sağ partiyi tercih eder. Fakat, eğer merkez partiyi kendine yakın hissediyorsa ve sol partinin kazanması çıkarlarına ters düşüyorsa, onun kazanmasını önlemek amacıyla en büyük rakibi olan merkez partiden yana oyunu kullanır.”<sup>13</sup>(Downs, 1957: 45).*

Anthony Downs, sandalye maksimizasyonu varsayımına karşı çıkar. Yani seçmenin tek amacı, partisine o seçimde alabileceği en fazla sayıda sandalyeyi kazandırmak değildir. Downs’a göre, seçmenlerin başlıca ilgisi, onların en çok tercih ettiği yöndeki politikaları uygulayacak hükümeti seçmektir. Downs’un modelinde seçmenler, seçim sonrası kurulacak hükümetin kompozisyonuyla diğer her şeyden daha çok ilgilenirler. Bunu yapabilmek için de nispi temsil sistemlerinde koalisyon kurabilecek partilerin hangileri olduğunu bilmeleri gerekmektedir ki buna göre hareket etmeleri mümkün olabilsin. Downs’a göre, her seçmen stratejik davranabilme potansiyeline sahiptir. Fakat bu davranışın ortaya çıkması için şu üç koşul yerine getirilmelidir.

1. Seçmen, seçim sonrasında kurulabilmesi olası hükümetlerin hangi partilerden oluşacağını bilmelidir.
2. Diğer seçmenlerin oy eğilimlerini genel olarak bilmeli ve bir önceki

---

<sup>13</sup>Tarafınca çevrilmiştir.

adında göz önünde bulundurduğu her koalisyon ihtimalinin alabileceği oy oranlarını bilmelidir.

3. Bu koalisyonların politik meselelere yaklaşımlarını genel itibariyle belirlemelidir.

Stratejik davranmak için gereken bu koşulları seçmenin tek başına gerçekleştirmesi güçtür. Bu yüzden Downs, seçmenlerin bu analizleri yaparken haber mediasından, çıkar gruplarından veya fikir liderlerinden destek aldıklarını söyler. Bu gibi bilgi kaynaklarını kullanan seçmenler, çok partili sistemlerde bile stratejik oy kullanabilmektedirler (Downs, 1957).

Genel olarak Downs'ın çizdiği çerçevede, bilgi gereksinimlerini tamamlamak ve strateji kurabilmek seçmenin üstlendiği zihinsel bir yükür. Dolayısıyla, bu zihinsel yükün altında stratejik davranmaya meyilli seçmen şu üç ihtimalden birini gerçekleştirmeye dönüktür:

- Birinci ihtimal: Kafası karışacaktır ve çekimser kalıp oy kullanmayacaktır.
- İkinci ihtimal: Diğer seçmenlerin hangi yönde oy kullandıklarını göz önünde buldurmayı reddedip en çok tercih ettiği partiye oy atacaktır. [Samimi oy verme]
- Üçüncü ihtimal: Gereken zamanı ayırarak bilgi kaynaklarını kullanıp gerekli koşulları sağlayacaktır. Böylece, kendi istediği koalisyonu yaratma amacıyla stratejik oy verecektir (Downs, 1957).

Duverger ve Downs Kanunları, stratejik oy verme davranışı literatürüne önemli katkılar sunmuştur. Seçmenin seçim kurallarından etkilenerek psikolojik olarak oyunun harcanmasından kaçınacağını söyleyen Duverger, stratejik oy verme için sınırlı bir alan belirlemiştir. Diğer yandan Downs, bu alanı genişleterek rasyonel bireyler olan seçmenlerin hangi durumlarda stratejik hangi durumlarda samimi oy vereceğini modelleyerek ayrıntılandırmıştır.

#### **2.4. Stratejik Oy Vermeyi Etkileyen Unsurlar**

Stratejik oy verme, görece yaygın olarak meydana gelse de henüz evrensel bir olgu haline gelememiştir. Literatürde bu konuda yapılan yoğun sayıda araştırma daha çok çoğunlukçu sistemlerin üzerine eğilmiştir, çünkü bu sistemlerde küçük partilerden büyük partilere stratejik olarak yönelme konusunda seçim kuralları sebebiyle doğrudan etkili teşvikler mevcuttur. Yine de Gary Cox (1997: 60), bu literatürde önemli bir yere sahip olan *Making Votes Count* adlı kitabında, stratejik oy verme davranışının tüm seçim sistemleri altında gerçekleşebildiğini gösterir. Çalışmamızın önceki bölümlerinde bahsedilen bu unsurlar, bu bölümde daha detaylı olarak incelenecek ve stratejik davranma mekanizmasında oynadıkları rol çözümlenmeye çalışılacaktır.

Seçmen davranışı literatürüne göre, bu davranışı ortaya çıkaran sebepler kümesi, düzey olarak birbirini dışlayan (ayrışık, kesişmeyen) doğaya sahiptir. Daha açık ifade edecek olursak, bu davranışın oluşmasını bireye bağlı sebeplerle açıklayan araştırmacılara göre, belli ortak özellikleri ve eğilimleri olan seçmenler stratejik oy verir. Diğer yandan, stratejik oy vermeyi kurumsal ve konjonktürel yapıların sonucu olarak açıklayan araştırmacılara göre; bazı sistemler ve bu sistemlerin ürünü bazı bağlamsal

koşullar altında gerektiği durumlarda tüm seçmenler stratejik davranabilir. Bu ayrımdan hareketle, stratejik oy verme davranışında etkili olan unsurlar genel olarak bireysel ve yapısal unsurlar olmak üzere iki farklı düzeyde incelenebilir.

#### **2.4.1. Bireysel Unsurlar**

Stratejik oy verme davranışını bireysel düzeyde analiz eden araştırmacılar, oylarını en çok tercih ettikleri aday ya da parti için kullanan kişileri samimi seçmenler olarak tanımlamışlardır. Samimi seçmenler, hangi adaya ya da partiye oy vereceklerine karar verirken diğer seçmenlerin tercihleriyle ya da tercih sıralamalarıyla ilgilenmemektedirler. Stratejik seçmenler ise, karar aşamasında seçim sonuçlarıyla ilgili tahminlerini doğrulatmak ve stratejilerin doğruluğunu kontrol etmek amacıyla diğer seçmenlerin oy dağılımlarını göz önünde bulundurma ihtiyacı hissederler. Bu seçmenler, yaptıkları değerlendirmeler sonucunda en çok tercih ettikleri partiye oy atabilecekleri gibi diğer alternatiflere (en az tercih ettikleri parti hariç) de yönelebilirler (Abramowitz, McGlennon, & Rapoport, 1981).

Bu önerme, temelde iki varsayım içermektedir. İlk varsayıma göre, stratejik davranan seçmenler diğer tüm seçmenlerin seçimde nasıl davranacaklarını ve hatta onların tercih sıralamalarını bilmektedirler. İkinci varsayıma göre ise, strateji kurabilen seçmenler, en çok tercih ettiği partiye değil de başka partiye oy verdiği takdirde istedikleri sonucu elde edebilecekleri çıkarımını yapabilecek analitik kapasiteye sahiptirler. Seçmen sayısı çok fazla olan ülke genelinde yapılan seçimlerde birinci varsayımın gerektirdiği koşulun sağlanması için seçmenlerin seçim öncesi yapılan kamuoyu yoklamalarından, haber bültenlerinden ve fikir liderlerinin

yönlendirmelerinden yararlandıkları düşünülür (Ordeshook & Palfrey, 1988).

Bu yaklaşımı benimseyen literatüre göre, stratejik seçmenler eğitim seviyesi bakımından da samimi seçmenlerden farklılık göstermektedirler. Birçok araştırmacı, stratejik oy vermenin analitik analiz yapabilme becerisi gerektirdiğini ve bunun ancak yüksek eğitimle mümkün olabileceğini ileri sürmektedir (Blais & Turgeon, 2004). Felsenthal ve Brichta'nın (1985) İsrail seçmeni üzerinde yaptıkları çalışmaya göre, daha fazla eğitilmiş olan seçmenler seçim öncesi süreçte daha iyi bilgilendirilir ve diğer seçmenlere oranla karar verme süreçleri daha geniş zamana yayılır. Çünkü stratejik seçmenler karar aşamasında seçim anketlerinden samimi seçmenlere kıyasla daha fazla etkilenmeye açıktırlar.

Aynı çalışmanın bir başka sonucuna göre, stratejik seçmenler oy kararını oluşturma sürecinde samimi seçmenlerden farklı davrandıkları gibi oy tercihleri konusunda da farklı davranırlar. Bu tip seçmenler, samimi oy kullananlara göre küçük partileri daha çok desteklemektedirler. Bu sayede, küçük partilerin meclise girmelerini ve bazen istenilen koalisyonun kurulması için gerekli desteği sağlarlar. Ayrıca, Herron ve Nishikawa'nın (2001) yapmış olduğu çalışmanın gösterdiği üzere; daha önceden küçük bir partiyi destekleyenler bu konudaki tutumlarını korumaya ve yine aynı şeyi yapmaya yatkındırlar. Küçük partilere oy atan stratejik seçmenlerin bu davranışı, samimi oy kullanarak doğru tercihlerini sandığa yansıtmanın üreteceği faydanın yetersizliği üzerinden ya da stratejik davranarak oy verebilecekleri büyük bir parti alternatifinin olmayışı üzerinden açıklanabilir. Diğer yandan, seçimden seçime parti değiştirme konusunda samimi ve stratejik seçmenler önemli bir fark göstermemektedirler.

Son olarak, oy verme davranışını salt bireyi ilgilendiren bir davranış olarak ele almak bazı önemli noktaların gözden kaçması anlamına gelebilir. Nihayetinde, seçimler toplu sonuçlar üzerinden sonuçlandığı için bu davranışın sonucu da diğer seçmenlerin kararlarından bağımsız olarak gerçekleşmez. Örneğin; çoğunlukçu sistemlerde kazanması istenmeyen bir adayın o seçimlerde başarılı olmasının önüne geçebilmek için bir grup seçmenin adayın iki rakibinden birinin arkasında iyi koordine olmuş şekilde destek oluşturması gerekir (Myatt & Fisher, 2002b). Stratejik seçmenler, aynı zaman diğer stratejik seçmenlerin kuracakları stratejileri ve hangi adaydan yana tercihlerini değiştireceklerini bilmeleri gerekmektedir. Fakat, yapılan çalışmalar gösteriyor ki; stratejik oy kullanma niyetinde olan seçmen sayısındaki artış, bireyin stratejik davranma dürtüsünü olumsuz etkiler. Diğer bir deyişle, stratejik oy verme oranını düşürür. Bu açılardan değerlendirildiğinde stratejik oy verme davranışı, sadece bireyin belirleyebildiği bir olgu değil, bireyin çevresiyle girdiği ilişkinin de etkili olabildiği bir davranış olarak değerlendirilmelidir.

#### **2.4.2. Yapısal Unsurlar**

Stratejik oy verme davranışını yapısal unsurlara bağlayan çalışmalara göre; demokrasi geçmişi, seçilen sandalye sayısı, seçim barajı ve seçim sistemi bu davranışın ortaya çıkması konusunda belirleyici etkilere sahiptir.

##### **a. Demokrasi Geçmişi**

Seçimlerin yapıldığı ülkedeki demokrasinin nasıl ve ne kadar uzun geçmişi olduğu da belirleyici unsurlardan biridir. Söz konusu demokrasiye yeni geçiş yapmış ülkeler olduğunda, bu konuda görüş ayrılığı mevcuttur. Bir görüşe göre; yeni



demokrasilerde seçmenler hem henüz seçim kurallarına henüz aşinalık kazanmamış hem de seçim sonrası durumu öngörebilecek bilgi birikimine henüz sahip olmadıkları için stratejik davranma oranı düşüktür. Demokrasi geleneklerinin oturması için gereken zaman gibi, bu davranışın oluşması bazı koşullar etkili ve bazen belirleyici olmaktadır. Diğer bir görüşe göre, yeni demokrasilerde stratejik oy vermenin daha fazla olması beklenir. Bunun sebebi olarak, seçmen ile en çok tercih ettiği siyasi parti arasındaki bağın henüz derinleşmemesi gösterilir. Dolayısıyla, seçmenin sandıkta bu partiden başka bir partiyi desteklemesi, partisine yıllar boyunca destek vermiş birine göre daha olasıdır. Genç demokrasilerde seçmenlerin parti tercihleri açısından yıllardır değişmeyen tercihler görülmediği için çoğu zaman alternatif partiler denemek istenebilir. Haliyle, seçim sonuçları seçmen topluluğunun en çok tercih ettikleri partileri büyük oranda yansıtamaz. Bu sebeple, stratejik oy verme demokratik alışkanlıkları henüz yerleşmemiş yapısal düzenlerde demokratik pekişmeyi ve dengeli bir siyasi sistemin oluşmasını önlediği için potansiyel bir tehlike olarak değerlendirilir (Duch & Palmer, 2002).

### **b. Sandalye Sayısı**

Tıpkı demokrasi geçmişinin stratejik davranış üzerindeki etkisi konusunda bir uzlaşma olmamasına benzer biçimde o seçim bölgesinden seçilecek sandalye sayısının etkisi konusunda da fikir birliği mevcut değildir. Sandalye sayısı ile belirtilmek istenen, çok adaylı/partili seçimlerde kaç tane adayın/partinin seçimlere katıldığı değil, bu seçim yarışında varlık gösterebilecek aday/parti sayısıdır. Bu sayı belirlendikten sonra o seçim bölgesindeki seçmenlerin stratejik davranabilme olasılığı hesaplanabilir.

Bu konuyla alakalı ilk çalışmalar Colin Leys (1959) ve Giovanni Sartori (1968) tarafından yapılmıştır. Her ikisi de seçim bölgesi büyüdükçe stratejik oy vermenin düşeceği sonucuna varmışlardır fakat hangi noktada sıfırlanacağına dair bir sınır işaret etmezler. Cox (1997: 100), bir seçim bölgesinden seçilecek sandalye sayısı eğer beşten fazlaysa stratejik düşünebilme ve davranmanın ortadan kalktığını iddia eder, çünkü durum karmaşıklaşmaktadır. Seçmenler için tek tek hangi partinin ne derece başarılı olacağını hesaplanması sandalye sayısı arttığı için karmaşık hale gelmektedir. Bu durumda strateji kurmak hayli zorlaşır. Cox, bu teorisini Japonya, Kolombiya ve İspanya seçim sonuçları üzerinde test etmiştir. Çıkansonuçların da işaret ettiği gibi;  $M < 5$  bir sınır olarak kabul edilmiştir<sup>14</sup>. Örneğin, Cox'un bu iddiasını Türkiye genel seçimlerine uygulayacak olursak, beşten fazla milletvekili çıkaran illerde stratejik oy vermenin görülmemesi gerekir.

Cox'un bu yaklaşımı, Gschwend (2004b: 58) tarafından eleştirilmiştir. Yaptıkları çalışmanın sonucuna göre, seçmenler oy verme kararlarını verirken seçim bölgesinden seçilecek sandalye sayısını düşünmezler ve hatta çoğu zaman tam sayısı konusunda bilgi sahibi değillerdir. Sadece partilerine oy verince oylarının boşa gidip gitmeyeceğiyle ilgilienirler. Seçmenler bir önceki seçim sonuçlarını kesin olarak hatırlayamazlar da genel çerçeve olarak hatırlarlar. Karar verme aşamasında bu bilgileri hatırlayabildikleri kadarıyla göz önünde bulundurlar. Eğer partileri bir önceki seçimde o bölgede sandalye kazanmamışsa, stratejik oy verme için hissettikleri teşvik duygusu daha güçlüdür. Bu yönde stratejik oy verme davranışından barajı geçememe ihtimali olan

---

<sup>14</sup>M: Bir seçim bölgesinden seçilecek sandalye sayısı.

partiler yararlanır. Sonuç olarak bu farklı görüşe göre, seçim bölgesine bakmaksızın stratejik oy verme davranışı gözlemlenebilir.

Cox'un kuramına göre, küçük partileri destekleyenler eğer o parti sandalye kazanamayacak gibiyse, o seçim bölgesinde kazanılması mümkün olan son sandalyeye odaklanmamalıdır. Nispi temsil seçim kurallarının geçerli olduğu ve seçim bölgesinin seçilecek aday sayısı  $M$  olarak kabul edilirse, bu yarış iki aday arasında ya da  $M$ 'inci ve  $M + 1$ 'inci en çok oyu alacak aday arasında geçecektir. Son sandalye için gerçekleşecek yarış, basit çoğunlukçu-tek sandalye seçimlerine benzerdir. Parlamenter sistemlerde, Duvergerci sonuçlarda sadece  $M$  sayıda parti oyların hepsini almalıdır, çünkü seçmenler, diğer partilerin ya da adayların sandalye kazanmasını olanaksız olarak görür. Yine bu sistemlerde, Duvergerci olmayan durumlarda ise  $M + 2$  sayıda parti oyların hepsini almalıdır. Çünkü seçmenler hangi iki partinin  $M$ 'inci parti olacağı konusunda net bir bilgi sahibi değildir. Bu sonuçlara göre, nispi temsil sistemlerinde de  $\frac{S}{F}$  oranı mutlaka çift olasılıklı dağılıma sahip olacaktır. Cox (1997: 103-105), nispi temsil sistemlerindeki çift olasılık hipotezini Japonya parlamento seçimlerinde ve Kolombiya meclis seçimlerinde test etmiştir. Sonuçlarına göre  $\frac{S}{F}$  oranı, genellikle ya bir seçim bölgesindeki seçmen sayısı arttıkça ya da seçilen sandalye sayısı arttıkça küçülmüştür. Bu durum, ikiden fazla partinin son sandalye için oy kazandığını göstermektedir. Özetle, oy alan parti sayısı arttıkça, stratejik oy oranı düşer. Seçmenlerin seçim bölgesi büyüdükçe stratejik davranışları daha az muhtemel olmuştur. Bu netice, Cox'un (1997: 100) şu sonuca varmasına sebep olur: *“Seçim bölgesinden seçilen aday ya da parti sayısının beşin üzerine çıktığı çok adaylı bölgelerde stratejik oy verme yok olur”*.

Ayrıca Cox, stratejik oy verme teorisine katkıda bulunan Duverger, Leys ve Sartori'nin kullandığı, seçmenlerin sandalye maksimizasyonu stratejisiyle hareket ettiği varsayımını da mercek altına tutar. Seçmenler sadece seçim yarışını kazanma şansı olanlar için oy kullanarak sandalye dağılımında oylarının harcanmadığından emin olmak isterler. Geleneksel olarak, seçim bölgesi düzeyindeki bu stratejilerin bir şekilde genel seçimlerde de kullanıldığı varsayılır. Duverger, hipotezlerinin ülke çapında yapılan genel seçimler için geçerli olmadığını, seçim bölgesi ile sınırlı olduğunu belirtmiştir. Buna ek olarak Cox, Leys ve Sartori'nin ileriye dönük tahminlerinin işe yaramadığını da ileri sürmektedir. Cox'un bulgularına göre, bu seçim bölgesi düzeyindeki stratejiler sistematik bir etki ile ulusal sandalye dağılımı üzerinde hiçbir etkiye sahip olmamaktadır çünkü seçmenler seçim sonuçlarını seçim bölgeleriyle sınırlı olmak üzere etkilemeyi amaçlamaktadırlar. Cox'a göre, seçmenler en çok tercih ettikleri partinin, buldukları seçim bölgesinde en çok sandalyeyi elde etmesi için stratejik davranırlar. Yani seçmenler sandalye maksimizasyonu varsayımıyla partilerinin seçimde elde ettikleri başarılarından memnun olmak isterler. İkinci dereceden bir tatmin duygusu yaşayan seçmenler, seçim sonrası izlenecek politikalar üzerindeki olası etkileriyle ilgilenmezler. Seçmenler hükümeti oluşturacak parti ya da partilerin politikaları hakkında bir kaygı taşımadıkları için stratejik oy kullanmayacaklardır. Cox'a göre, eğer sandalye maksimizasyonu varsayımı bir kenara bırakılırsa ve seçmenlerin kurulacak hükümetin kompozisyonunu etkilemeye odaklandığı varsayılırsa ancak ulus düzeyinde seçmenlerin stratejik oy kullanabileceği düşünülebilir.

### c. Seçim Barajı

Seçim sistemlerinin temel görevi sınırlı sayıdaki yasama sandalyesinin partiler arasında bölüşümünü belirlemektir. Bazı nispi temsil seçim kuralları partilerin aldıkları oyların sandalyeye çevrilebilmesi için seçim barajı olarak tabir edilen belli bir oy kotasını ya da belli bir oy yüzdesini aşmayı şart koşar. Bu kurallar altında işleyen sistemlerde, sandalye kazanabilecek parti sayısı kotanın genişliğine ya da barajın yüksekliğine bağlıdır. Leys (1959) ve Sartori (1968) bu şartlar üzerinden seçim kurallarının seçmen davranışı üzerinde etkiye sahip olduğunu belirtir. Bu anlayışa göre, eğer nispi seçim kuralları parlamentoya girebilecek parti sayısını azaltıcı yönde sınırlayıcıysa, daha fazla sayıda seçmen sadece meclise girebilme şansı olan partilere oy atacaktır. Tıpkı çoğunlukçu sistem seçmenleri gibi, nispi temsil sistemlerinde de seçmenler oylarını başarısız partilere atmaktan imtina edebilirler.

Duverger'ye göre psikolojik etki, diğer bir deyişle, oyunu harcamama eğilimi stratejik davranmaya yöneltir. Stratejik oy verme davranışı, esasen seçmen açısından seçim sonuçlarından elde edeceği faydayı maksimize etmeye çalışmaktır. Dünyadaki birçok nispi temsil sisteminde seçim barajı ya yoktur ya da çok azdır. Bu durumda, seçmenler için küçük partilerin seçim barajını geçerek temsil hakkı kazanmasını sağlamak ve büyük partilerin mecliste oy oranlarından daha yüksek bir temsile ulaşmalarını önlemek amacıyla stratejik olarak küçük partilere yönelmesine pek lüzum yoktur. Duverger(1954: 263), böyle durumlarda stratejik oy vermenin seçmen için *a priori* olarak ortadan kalktığını savunur.

Gary Cox ise, bir seçim bölgesinde beşten fazla sandalyenin seçildiği seçimlerde hangi partinin ya da hangi adayın seçim yarışından uzak kaldığını belirlemenin zorluğuna dikkat çeker. Nispi temsil sistemlerinde çokça rastlanan bu durum da seçmenlerin strateji geliştirmeleri önünde bir diğer engeldir. Bu iki unsur birlikte düşünüldüğünde, eğer bu sistemlerdeki mevcut seçim barajı yüksekse, seçmenlerin oy kararlarını verirken dikkat ettikleri en önemli husus, oylarının boşa gitmemesidir. Onlar için seçim bölgesinden seçilecek sandalye sayısı etkili bir belirleyici olmaz.

Çok partili ve çok adaylı sistemlerde seçmenler diğer partilerin ya da adayların o seçimdeki muhtemel performanslarını değerlendirirken bir önceki seçim sonuçlarını kesin olarak hatırlayamazlar da yaklaşık olarak hatırlayıp karar verme aşamasında göz önünde bulundururlar. Eğer en çok tercih ettikleri parti ya da aday bir önceki seçimde sandalye kazanmamışsa, stratejik oy vermek için hissettikleri istek daha güçlüdür. Bu tip durumlardan, stratejik oy verme davranışından barajı geçme korkusu olmayan veya geçmeye çok yakın partiler yararlanır. Bu sebeplerle, seçim bölgesinin büyüklüğüne bakılmaksızın stratejik oy verme davranışı vardır denebilir.

#### **d. Seçim Sistemi**

Seçmen davranışı alanında, seçim kurallarının ve kurumlarının oy verme davranışı üzerindeki etkisini belirleme amacıyla yapılan çalışmaların birkaç seçim sistemiyle sınırlı kaldığı söylenebilir. Bu durumun bir yansıması da stratejik oy verme davranışı üzerine yapılan çalışmalarda görülür. Bu alanda yapılan çalışmalar genel olarak çoğunlukçu sistemleri konu almaktadır. Hatta çoğunlukçu sistemlerde araştırma konusu yapılan ülkeler bile çok sınırlı kalmıştır. Yapılan çalışmalar çoğunlukla ABD ve

İngiltere üzerinedir. Siyaset bilimi literatüründe siyasi kurumların yapısı ve işleyişi bolca çalışılmış olmasına rağmen bu kurumların seçmen davranışı üzerindeki etkileri yeterince ele alınmamıştır denebilir. Stratejik oy verme davranışı özelinde düşünüldüğünde farklı seçim sistemlerinde seçim sistemlerinin bu davranış üzerindeki etkileri araştırılmalıdır.

Harcanan oyun devası olarak görülen nispi temsil sistemleri, Maurice Duverger tarafından seçmenlerin stratejik davranmaları için hiçbir sebeplerinin olmadığı bir sistem olarak gösterilmektedir (Clark & Golder, 2006). Çünkü Duverger'ye göre, oy oranları aşağı yukarı aynı oranlarda sandalye olarak meclise yansıdığı için seçmenlerin stratejik oy vermek için herhangi bir dürtüleri yoktur (Cox & Shugart, 1996). Bu, seçmenlerin oylarının boşa gideceği korkusu yaşamadan samimi oy kullanmakta özgür olmaları demektir (Karp et al., 2002). Duverger'nin stratejik oyların gereksizliği konusundaki görüşüyle birlikte belki de bu sebeple literatürde nispi sistemlerde stratejik oy verme davranışı araştırmalarına pek fazla ilgi gösterilmemiştir. Duverger, nispi temsil sistemlerinde stratejik oy vermenin gereksiz olduğunu düşünürken, Downs ise bunun imkansız olduğunu belirtmektedir. Downs'a göre, seçmenler seçimlere bir sonraki hükümetin belirlenmesini sağlayan bir araç gözüyle bakmaktadırlar ve çok partili sistemlerde sadece bu fikirle oy kullanmaktadırlar.

Seçmenlerin nispi temsil sistemlerinde stratejik davranmak için karşılaştıkları dürtüler genel olarak şu şekilde sıralanmıştır. İlk olarak, seçmenler koalisyon kurma ihtimali olan partilere oy verme dürtüsüne sahiptir. Bu dürtü, portföy maksimizasyonuna denk düşmektedir (Bargsted & Kedar, 2007, 2009). Stratejik oy verme yaklaşımına göre, seçmenler beklenen faydayı maksimize etmek isterler; bu da seçim sonucuyla ilgili

tercihlerin ve beklentilerin çeşitli kombinasyonuna dayanır (Abramson ve diğerleri, 1992; Abramson ve diğerleri, 2007). Literatürdeki egemen sava göre, seçmenler için bir partinin ya da adayın kazanıp kaybedeceği ne kadar belirsizse, stratejik oy verme oranı o kadar düşme eğilimindedir. Seçimler öncesi yapılan kamuoyu yoklamaları ve anket sonuçları bu belirsizliğin giderilmesi açısından önemli başvuru kaynaklarıdır. Seçim sistemleri üzerine çalışan uzmanlara göre seçim bölgesi büyüdükçe, daha az bir seçmen yüzdesi kazananları kaybedenlerden ayırabilmektedir. Bu sebeple, hangi adayın ya da partinin yarışın dışında kaldığından emin olmak zorlaştıkça bir adayı ya da partiyi silme dürtüsü netleşmez (Irwin & Van Holsteyn, 2012). Her ne kadar seçimde yarışan adayların güçlü mü yoksa zayıf mı olduğu dar bölge seçim sistemlerinde olduğu kadar belirgin bir teşvik oluşturmasa da, nispi temsil sistemlerindeki seçmenler farklı teşviklerle karşılaşır. Mesela, çok partili koalisyon hükümetleri seçmenler için stratejik davranmak için bir dürtü yaratırlar. Seçim sonrası kurulacak koalisyon hükümetinin hangi partilerden oluşacağına etki etmeyi istemek, başlı başına stratejik davranmak için bir teşviktir.

İkinci olarak, seçmenler hükümeti kuracak partiyi de belirlemek isterler çünkü o parti koalisyonun nasıl kurulacağını da belirleyecektir (Ansolabehere, Snyder, Strauss, & Ting, 2005). Nispi sistemlerde seçmenler, seçimlere tercihlerin ifadesi olarak yaklaşmak için rasyonel olarak hükümeti seçme zorluğuyla hareket ederler. Bu tip oy verme davranışı, “*koalisyon tercih oyu*” olarak adlandırılmaktadır (Downs, 1957; Irwin & Van Holsteyn, 2012). Nispi seçim sistemlerinde nelerin seçmenleri samimi olmayan seçim davranışına yönelteceği farklı değerlendirmelerle gösterilebilir.



Üçüncü olarak, seçmenler koalisyon ortaklarından daha küçük olana oy vermeye meyillidir (Kedar, 2005). Bu sebeplerle bir seçmen, birçok parti varken tercih ettiği partiden başka partiye oy vermeyi göz önünde bulundurabilir. En küçük partilerin bile parlamentoda temsil hakkını kazanabilmesi sebebiyle yakın bir zamana kadar literatürde stratejik oy verme davranışının nispi temsil sistemlerinde zayıf olacağı iddia edilmekteydi. Yakın zamandaki analizler, bu sistemlerin de stratejik oy verme için benzer dürtüler taşıdığını ortaya koymuştur (Adams, Merrill III, & Grofman, 2005: 9-19; Groseclose, 2001; Kedar, 2005). Örneğin, yarışı önde bitireceği apaçık belli olan partinin seçmeni, hükümetin küçük ortağını belirlemek için o parti için oy kullanabilir. Sonuç olarak, nispi temsil sistemlerinde daha fazla partinin temsil hakkı kazandığı bir durumda çok daha az oy, Duvergerci mantığıyla harcanır. Bu sebeple, literatürdeki birçok çalışma nispi temsil sistemlerinde psikolojik etkinin yok olduğunu varsaymaktadır.

Psikolojik etki ile ilgili iddialara rağmen, Leys(1959) ve Sartori(1968) küçük seçim bölgelerinde stratejik oy verme teşviklerinin daha güçlü olduğunu söylerler. Stratejik oy vermenin nispi temsiline olduğu ve az sayıda kişinin seçildiği seçim bölgelerinde siyaseten önemli olduğunu belirtmektedirler. Dar bölge seçimindeki mantıktan çok farklı olmamak üzere, küçük partileri tercih eden seçmenler az sayıdaki seçim bölgelerinde oylarının boşa gitmesi açısından benzer bir çeşit kaygıyı yaşarlar. O bölgede seçilen kişi sayısı arttıkça bu kaygı daha az etkili olur. Cox ve Shugart(1996) çok üyeli seçim bölgelerinde farklı seçim kuralları altında stratejik oy verme davranışının olduğuna dair bulgular sunarlar. Cox (1997: 100), seçim bölgesi büyüklüğünün beşi aştıktan sonra stratejik oy üretme konusunda dürtüsünü yitirdiğini

söylemektedir. Seçim bölgesindeki aday sayısı yükseldikçe seçmen açısından bilgi toplama ve adaylar arasında tercihler oluşturmak zorlaşır. Bu sebeple Cox, çoklu sandalye seçim bölgelerinde strateji kurabilmenin mümkün olduğu durumlar için üst sınırı beş aday olarak çizmiştir.

Gschwend ve diğerlerine(Gschwend & Stoiber, 2014) göre, nispi temsil sistemlerinde stratejik oy verme davranışı mutlak değer olarak az olsa da, etki bakımından büyüktür. Duverger'nin psikolojik etki olarak tanımladığı, oyunu harcamama isteği bu sistemlerde de stratejik davranmaya yönelir. Ama nispi temsil sistemlerinde bir oy barajı yoksa ya da çok az ise, küçük partiler de temsil hakkını elde edebilir. Dolayısıyla, stratejik oy verme için motivasyonlar *a priori* azalmıştır.

Üç ya da daha fazla partinin olduğu seçim yarışlarında, seçmenler açısından samimi oy vermeye teşvik edici genel olarak kabul edilmiş tek bir seçim prosedürü yoktur (Fishburn & Gehrlein, 1982).Dolayısıyla, her seçim sisteminde stratejik davranma konusunda farklı boyutlarda etkili olan teşviklerin mevcut olduğu varsayılabilir. Mesela bu teşviklerden biri, seçim barajının olduğu seçimlerde baraj altında kalacağı kesin olan küçük partiler için oy atmama eğilimi olabilir. Bu eğilim, harcanan oy mantığıyla paraleldir. Esasen burada seçmenin çabası oy verme eyleminin sonucundan elde edeceği faydayı maksimize etmektir. Harcanan oy mantığı, beklenen faydanın maksimizasyonu üzerine kurulu oy verme aritmetiği yaklaşımı ile uyumludur. Bu aritmetik, ilk olarak Downs(1957) ve sonrasında Riker ve Ordeshook (1973: 87) tarafından iki partili sistemlerde oy verme oranı üzerine geliştirilmiştir. Daha sonra çok adaylı seçimlere McKelvey ve Ordeshook (1972) tarafından genişletilerek uygulanmış

ve stratejik oy verme unsurları belirtilmiştir. Farklı ülkelerde yapılan anket sonuçları üzerinden nispi temsil sistemlerinde de seçmenlerin stratejik oy verdiği dair bulgular elde edilmiş ve böylece bu aritmetik test edilmiştir. Sonuç olarak genel kaniya göre, nispi sistemlerinde stratejik oy verme oranı çok azdır. Fakat yakın zamanda gerçekleştirilen ampirik çalışmalar bu varsayımın gözden geçirilmesi gerektiğini göstermektedir (Blais ve diğerleri, 2006; Blais ve diğerleri, 2011).

Oy verme üzerinde etkili olan unsurları sadece birey ya da sadece yapısal olarak ayırtmak konunun bütünsel olarak ele alınmasında önemli sorunlar doğurur. Bu kararın verildiği süreçte etkili olan tüm unsurlar araştırmanın amacına yönelik olarak dikkatle ele alınmalıdır.

## **2.5. Stratejik Oy Verme Üzerine Bazı Ampirik Çalışmalar**

Stratejik oy verme üzerine yapılan çalışmalar genellikle en çok oyu alan adayın kazandığı çoğunlukçu sistemler üzerinedir. Son yıllarda geliştirilen bilgisayar programları sayesinde aynı anda ikiden fazla parti için değerlendirme yapmak mümkün olmuştur. Bu sayede çok partili sistemler üzerinde de araştırma yapılabilmektedir. Bu bölümde her iki seçim sistemini de konu alan bazı çalışmalara yer verilecektir.

Nispi temsil sisteminin uygulandığı Kanada'da 1984 genel seçim sonuçları üzerinden yapılan bir çalışmaya göre, Kanada'nın üçüncü partisi konumunda olan Yeni Demokratik Parti (*New Democratic Party* - NDP) ülke çapında seçim yarışında varlık gösterebildiği yerlerde ülke ortalamasının üzerinde oy alabilmiştir (Bowler & Lanoue, 1992). Bu başarının ardında, sendika bünyesindeki fikir liderlerinin kendi çıkarlarına en uygun partiyi belirleyerek işçileri harekete geçirmesi, sendikaya bağlı işçilerin oy

kararlarını doğrudan etkilemeleri yatmaktadır. Burada kilit nokta daha önceki bölümlerde önemi vurgulandığı gibi, belli adayların arkasında gereken koordinasyonun sağlanmasıdır. Genellikle sendika işçileri tarafından desteklenen NDP için bu seçim bölgelerinde seçmenler arasında seçim desteği için koordinasyon sağlanabilmiştir. Bu çalışmada Bowler ve Lanoue, NDP'yi destekleyenleri üç gruba ayırmıştır. Birinci grup, partinin gerçek destekleyicilerinden oluşmaktadır. İkinci grup ise, partiyi belli bir süre belirli sebeplerden dolayı destekleyenlerdir. Üçüncü grup, oyunu boşa atmak yerine üçüncü parti varlığını sürdürsün diyerek stratejik oy kullananlardan oluşur. Sonuç olarak, Kanada'nın üçüncü partisi NDP'ye verilen destek karma bir destektir. Stratejik düşünüp oy verme durumu sadece seçmenlerin bireysel özelliklerinden kaynaklanmaz, o seçim bölgesinde yaşanan rekabet durumu da etkilidir.

Yine Kanada örneği üzerine yapılan bir başka çalışmada, Blais ve diğerleri (Blais ve diğerleri, 2001), çok partili çoğunlukçu seçimlerde stratejik oy vermeyi ölçecek bir model önermişlerdir. Araştırmanın ilk bölümü, seçimin sonucuna dair beklentilerin seçmen tercihleri üzerinde bağımsız bir etkiye sahip olup olmaması üzerinedir. Parti tercihleri ve genel anlamda parti kimlikleri benzer olan seçmenler arasında seçimden sonra kurulacak hükümetin kompozisyonunun etkisine bakılmıştır. 1997 Kanada seçimlerinde yerel algılar oy verme davranışını etkilerken, hükümetin ya da muhalefetin kompozisyonuna dair algılar etkili olmamaktadır.

McKelvey ve Ordeshook (1972), geliştirdikleri standart beklenen fayda modelini kullanarak dört seçimde stratejik oy verme davranışını analiz etmişlerdir. Çalışmanın bulgularına göre standart beklenen fayda modeli, Kanadalı seçmenler arasında stratejik

oy için var olan dürtüleri ölçmek için iyi çalışmaktadır. Buna göre, eğer seçim yarışı ikinci ve üçüncü alternatifler arasında yakın seyrediyorsa (ya da 3. ile 4. ya da 2. ile 4.) ve bu çift arasındaki fayda farkı artıyorsa, birey ilk tercihinden caymaya daha meyillidir. Daha önce küçük partilere oy veren bir kişi, daha sonra da samimi oy kullanmaya meyillidir. Bazı küçük parti seçmeni tercih ettiği partiye karşı sadakat duygusuna sahiptir ya da onu stratejik davranmaktan alıkoyacak fikirleri vardır (Merolla & Stephenson, 2007).

Çoğunlukçu esasa dayalı olan ABD Başkanlık seçimleri üzerine yapılan bir çalışmada, en çok tercih ettiği aday, seçim yarışında üçüncü sırada olan seçmenlerin nasıl davrandıkları araştırılmıştır (Blydenburgh, 1988). Anket çalışmasıyla örneklemden Anderson, Carter ve Reagan'ı tercih sıralamasına sokmaları istemiştir. Data analizinde, tercih sıralamasında Anderson'u birinci yazanların beyan edilmiş oyları ile Anderson'a oy atmış (ikinci tercihi) karşılaştırılmaktadır. Sonuçlara göre, stratejik seçmenler, en az tercih ettikleri alternatifin negatif yönleri sebebiyle değil, ikinci en çok tercih ettiklerinin pozitif yönleri sebebiyle stratejik oy kullanmışlardır. Stratejik oy verme, oy verme kararı yapılırken bir gözün de seçim sonuçlarında olduğunu belirten bir rasyonaliteye sahiptir. Seçim sonucunu bir hükümetin ya da diğerinin lehine sonuçlandırmak için oy kullanırken kar/zarar değerlendirmesinin yapılmasıdır. Bu çalışmanın iddiasına göre, Anderson'a oy veren bazı rasyonel seçmenler, seçim sonuçlarına dair kesin bilgi sahibi olsalardı dahi yine ikinci tercihlerine oy vereceklerdi. Anket sonuçlarına göre, seçmenlerin en az tercih ettikleri adayla ilgili zihinlerindeki "kötü" algısı stratejik ya da samimi oy vermeleri üzerinde etkili olmamaktadır.

Thomas Gschwend'in(2007) yapmış olduğu çalışma Portekiz örneğinde nispi temsil sistemlerinde stratejik oy verme davranışının olduğunu gözlemlemiş ve hatta seçimler öncesi tahmin edilebilir olduğunu göstermiştir. 1975-2002 yılları arasında yapılan seçimlere ait ilçe düzeyinde toplu sonuçlar üzerinden yapılan analize göre, sandalye kazanma ihtimali olmayan parti en az %3'lük bir seçmen kaybına uğramaktadır. Ayrıca, Portekiz'in en büyük seçim bölgesi olan başkent Lizbon'da bile stratejik oyların, genel oy oranlarında sistematik bir etkisinin olduğu gözlemlenmiştir.

Japonya'nın 1994'te değişen seçim sistemi stratejik oy vermenin ölçümüyle ilgili en uygun şartları sağlamıştır. Seçim sistemi değiştikten sonra yapılan çalışmalara göre, Japonya'da stratejik oy verme mevcuttur ve yeni sistem bunun net olarak ortaya konulmasını mümkün kılmıştır. Kazanma şansı yüksek adaylar, nispi temsil sistemine oranla daha fazla dar bölge oyu (çoğunlukçu oy, *plurality vote*) almıştır. Halbuki kazanma şansı düşük adaylar daha fazla nispi temsil oyu almıştır. Pek çok seçim öncesi tahmin, stratejik oy verecek seçmenleri hesaba katmadıkları için tahminlerine başarılı olamamışlardır (Reed, 1999).

İsrail de seçim sistemini değiştiren bir diğer ülkedir. Yapılan değişikliklere göre, aşırı solcu partilere destek veren seçmenlerinin stratejik davranarak merkez partilerine oy vermesi için mevcut olan dürtü ortadan kalmıştır. Seçim reformu böylece aşırı partilerin alması beklenen oy oranlarını arttırmıştır (de Mesquita, 2000). Bu bağlamda, seçim sistemi değişikliklerinin stratejik oy verme üzerinde etkili olduğu görülebilir.

İsviçre'de ise, önceki çalışmaların işaret ettiği gibi farklı kantonyal parti sistemleri seçmenlerin tercihleri üzerinde etkili olmaktadır. Hatta bu tercihleri

şekillendirdiği söylenebilir. Diğer ülkelerde olduğu gibi, İsviçreli seçmenlerin bazıları samimi oy verme konusunda tercih yaptığı gibi, bazı kantonyal özellikler bazı seçmenlerin stratejik kararlar vermeleri için imkan sağlamaktadır. Parti liderlerinin kurduğu ortaklıkların ve iki parti kampının her bir kantondaki göreceli gücünün bir fonksiyonu olarak seçmenlerin stratejileri bir ölçüde sistematik olarak değişiklik göstermektedir (Kriesi, 1998).

Tayvan'da, 1994 seçimleri öncesinde hangi adayların güçlü olduğu pek net olmadığı için siyasi seçkinlerin halkı etkileyebilme şansı doğmuştur. Seçim öncesinde ve sonrasında telefon anketi yöntemini kullanan bu çalışmanın bulgularına göre, seçmenler kampanya döneminin başında stratejik değerlendirmeleri dikkate almazlar. Seçimler yaklaştığında ve hangi adayın seçimi kazanacağı bilgisi seçimin sonucunu daha doğru yansıttığında, seçmenler parti seçkinlerinden gelen sinyalleri kullanır ve stratejik değerlendirmelere daha çok önem verir (Hsieh, 1997).

Yukarıda verilen örneklerden görüldüğü üzere, stratejik oy verme davranışı, yaygınlığı değişmek suretiyle farklı seçim sistemlerinde görülmektedir. Fakat bu davranışın bilimsel yöntemlere uygun şekilde tespit ve analizi kendi içinde pek çok sorun teşkil etmektedir. Özellikle çok partili seçim sistemlerinde ikiden fazla partinin olması, en çok tercih edilen partiden farklı bir partiye kayan oyun yönünün tespitini zorlaştırmaktadır.

## **2.6. Stratejik Oy Verme Çalışmalarında Kullanılan Yöntemler**

Siyaset bilimi literatüründe seçmen davranışı çalışmaları 1970'lerin sonuna kadar daha çok ABD ve İngiltere merkezli olarak ilerlemiştir. Teorik modeller ve bu

modellerin uygulamaları bu ülkelere odaklanmıştır. Dolayısıyla, özünde açıklanmaya çalışılan mekanizma iki partili ya da iki buçuk partili sistemlerin nasıl işlediğidir. Bu alanda stratejik oy verme teorisi, rasyonel tercih teorisinin içinden çıkan bir teori olmasına rağmen stratejik davranışın ölçülmesi birtakım yöntemsel zorluklar içermektedir. Günümüzde iki partili sistemlerde kullanılan stratejik oyun boyutu ve yönü kolaylıkla tayin edilebilirken çok partili sistemler için aynısını söylemek mümkün değildir.

Seçmen davranışı çalışmalarında odağın yavaş yavaş stratejik oy vermeye doğru kaymasıyla yaşanan yöntemsel sorunların üstesinden gelebilecek bazı çözümler önerilmiştir. Bu konuda bilgisayar teknolojisinin gelişmesi sayesinde ihtiyaca uygun programların yazılabilmesi çözüm bulma çalışmalarına en büyük ivmeyi kazandırmıştır. Bu konu üzerine yapılan araştırmalarda stratejik oyu ölçmek için farklı yaklaşımlar benimsenmiştir. Stratejik oy vermenin ölçümüyle ilgili literatürde öne çıkan iki farklı yaklaşım vardır: Anket yöntemi ve ekolojik çıkarım. Çalışmanın bu bölümünde bu yöntemler tanıtılacak, avantajları ve dezavantajları belirtilecektir.

### **2.6.1. Anket Yöntemi**

Dünya geneline baktığımızda seçimler ve seçmen davranışları üzerine anket çalışmaları İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra yapılmaya başlamıştır. İlk örnekleri, Amerika ve Avrupa ülkelerinde görülen bu çalışmaların diğer coğrafyalarda uygulanması ancak yakın geçmişimizde mümkün olmuştur. Seçmen davranışını etkileyen unsurların belirlenmesi açısından yöntemsel olarak anket çalışmaları bazı önemli avantajlar sunsa bile bu yöntemin de kendi içinde kısıtları mevcuttur.



Anket yöntemi, seçmenlerin kendi oylarını açıkça beyan etmelerine dayanır. Bu sayede birey düzeyinde veri elde edilmesi sağlanır. Stratejik oy verme literatüründe çokça başvurulan bu yöntem, anket sonuçları üzerinden oy verme davranışını etkileyen sebepleri analiz etmek amacıyla kullanılmıştır. Seçmenler, belli bir parti için kullandıkları oyların arkasında yatan, onları stratejik davranmaya iten teşviklerin neler olduğunu bizzat belirtirler. Bu yöntemi kullanan araştırmalar, kendilerini stratejik seçmen olarak değerlendirenlerin bireysel ve yapısal unsurlardan nasıl etkilendiğini ortaya koymayı amaçlar (Blais, Nadeau, 1996).

Örnek bir anket sorusu şu şekilde olabilir: *“Esasen başka bir partiyi tercih ediyordum ama onun kazanma şansı yoktu, bu yüzden bu partiyi tercih ettim” Bu ifade sizin önümüzdeki seçimlerde sergileyeceğiniz davranışı ne kadar yansıtıyor?”* Anketi yanıtlayan kişilerden bu önermenin kendi tercihleri açısından doğru olup olmadığının veya ne derecede tercihlerini yansıttığının belirtilmesi istenir.

Anketlerde kullanılan bir diğer yöntem, stratejik oyu, bireysel oy ile bireylerin en çok tercih ettikleri parti sıralamaları arasındaki açıklıktan ölçmeyi amaçlar. Bu açıklık objektif ya da sübjektif partilerin ya da adayların kazanma şansı ile bağlantılıdır (Mayer, 2003; Blais ve diğerleri, 2001). Bu yöntem, çok partili demokrasilerdeki stratejik davranış ile ilgili teorik modellere yakın bir yaklaşım olup stratejik oy verme ile samimi oy arasında bireyin tercih sıralaması açısından objektif farka ya da verilen oy ile partilerin ya da adayların sıralaması arasındaki sübjektif farka bakarak bir model oluşturur. Her parti ve aday için seçim öncesi beklenen oy oranları ile seçim sonrası seçmenlerin gerçek oy sıralamalarını karşılaştırır (Blais & Bodet, 2006). Bu yöntemle

birlikte, öz niyet belirtme yönteminin gerçeği yansıtma problemi önemli ölçüde çözülür. Anket sonuçları, seçim sonuçlarıyla karşılaştırıldığı için ikisi arasındaki fark, gerçekte kullanılan stratejik oy oranını belirtir.

Her ne kadar bu yöntem bireysel düzeyde veri elde edilmesini sağlasa da birtakım yöntemsel sorunları da beraberinde getirir. Bireysel düzeyde stratejik davranışın varlığını anket bilgisiyle ölçmek birtakım zorluklar içermektedir. Stratejik oy verme davranışı literatürü, seçmenlerin diğer seçmenlerin seçimde nasıl davranacağına dair bir inanca sahip olduklarında beklenen fayda fonksiyonunu maksimize etmek için strateji kurarak oy verdiklerini iddia etmektedir.

#### **a. Beyanların Doğruluğu Sorunu**

Stratejik davranışı ölçmek, seçmenlerin farklı adaylar için tercihlerinin ve oylarının seçim sonucu üzerindeki etkisinin ölçülmesini gerektirmektedir. Burada kritik olan nokta, araştırma örnekleminin verdiği yanıtların ne ölçüde gerçekte olan siyasi davranışları yansıttığıdır. Amerikan siyasi davranış literatüründe, seçim sonrası yapılan anketlerin gerçek oyu yansıtma kapasitesi çokça tartışma konusu olmuştur. Alvarez ve Nagler'in(2000) yürütmüş olduğu bir çalışma, seçim sonrası yapılan anketlerde insanların gerçekte oy verdikleri adayın kim olduğunu söylemek yerine seçimi kazanan adaya oy verdiklerini söylemeye daha yatkın olduğunu göstermiştir. Seçmenler, oy attıkları partinin temsil kazanamadığını belirtmektense, seçim sonuçlarında kazananlar arasında kendi görüşüne yakın bulduğu partiye oy verdiğini beyan etmeye meyillidir. Bu durum, stratejik oy verme davranışının gerçekte olduğundan daha fazla görülmesine sebep olmaktadır.

## **b. Anketin Zamanlaması**

Stratejik davranışı, seçim anketi verisi üzerinden test etme konusunda başvurulan diğer bir yöntem ise, seçimlerden önce seçmenlerin bu yarıştaki partilerin başarı elde etme sıralamalarına dair beklentilerini oy tercihlerini tespit etmek amacıyla ipucu olarak kullanmaktır (Blais & Bodet, 2006). Temel amaç, bu partilerin seçimleri kazanma olasılığının oy verme kararı üzerinde etkili olup olmadığını belirlemektir. Bu yaklaşım, genel olarak rasyonel tercih oy verme teorisinin özündeki fikre yakın olarak değerlendirilir (Van der Straeten, Laslier, Sauger, & Blais, 2010). Seçime aylar varken oyların dağılımının genel seçim sonuçları üzerindeki etkisini tahmin ederek strateji geliştirmek oldukça zordur (Abramowitz, McGlennon, & Rapoport, 1981). Bu açıdan, seçimlerden aylarca önce yapılan anketlerin ürettiği sonuçların bilimsel bir bakış açısıyla gerçeği tam olarak yansıtmayı başaramadığı söylenebilir.

## **c. Geçmişe Dönük Veri Eksikliği ve Genellenabilirlik Sorunu**

Anketler yapıldıkları anın fotoğrafını çekmektedir. Fakat yıllar içinde yaşanan değişimi analiz edilmek istendiğinde aynı sorularla yapılmış geçmiş yıllara ait anket sonuçlarına ulaşmak gerekir. Geçmiş yıllara ait anket verilerinin yokluğu ya da yetersizliği bu yöntemin kısıtlarının başında gelmektedir. Achen ve Shively'nin (1995: 8) dikkat çektiği gibi bu durum, anket çalışmalarının seçimlerin dinamik yönünü yansıtmada sorunudur. Anketler, zaman içinde görülen değişimi yansıtmada konusunda yetersiz kalırlar. Örneğin, seçim çalışmaları alanında önemli konulardan biri olan seçmen mevzilenmesi hakkında anketler, seçimden seçime değişen seçmen tercihlerinin belirlenmesini sağlayacak düzene sahip değildir. Anketi yanıtlayanların önceki seçimde

hangi partiye oy kullandıklarını hatırlamaları her zaman mümkün değildir. İki ya da üç seçim öncesini kapsayan araştırmalar için bu veriye anket çalışmasıyla ulaşmak neredeyse imkansızdır (Flaxman, Wang, & Smola, 2015).Geçmişe dönük anket verisine ulaşılabilsen bile bu verilerin yapılan araştırmanın sorularına cevap verir nitelikte olması pek fazla sağlanabilir bir durum değildir.

Ayrıca anket çalışmaları araştırma evrenini zaman, maliyet ve emek kısıtları sebebiyle tamamen kapsayamayacağı için örneklem oluşturmak gereklidir. Oluşturulan örnekleme dair gerçekçi sonuçlar üreten bu yöntemi kullanırken örneklemin araştırma evrenini temsil kabiliyeti, araştırmanın güvenilirliğini doğrudan etkiler. Yapılan araştırmalar göstermiştir ki; tüm ülkeyi temsil edecek şekilde yapılırsa dahi anketler bir örneklem üzerinde yürütüldüğü için küçük seçim bölgelerine dair çıkarımları yanlış olmaktadır. Diğer yandan geniş kitleleri temsil yeteneğine sahip anket yapma maliyeti sebebiyle ekolojik çıkarım yöntemi genellikle tercih edilen yöntem olarak öne çıkmaktadır.

#### **d. Toplanan Verinin Kalitesi**

Anket yöntemiyle ilgili bir diğer kısıt ise, anket verisine ulaşılsa dahi bazı durumlarda bu verinin sağlıklı ve güvenilir olması büyük bir soru işaretidir. Özellikle otoriter ya da yarı-demokratik rejimlerde verilerin sansürlenmesi sık karşılaşılan bir durumdur. Ayrıca, demokrasiye yeni geçmiş ülkelerde anket çalışmaları pratiği de birçok örnekte olduğu gibi yenidir. Dolayısıyla, tecrübeli ellerden çıkmayan bu çalışmaların ne derecede geçerli ve güvenilir olduğu sorun teşkil etmektedir.

Türkiye üzerine yapılan çalışmalarda genel olarak anket yöntemi kullanılır. Farklı illerde belli sayıda kişiye ulaşarak yapılan anketlerle, tüm seçmen kitlesini temsil edebilecek sonuçlara ulaşmak hedeflenmektedir. Bu yöntem uygulanırken araştırmacılar bazı sıkıntılarla karşılaşır. Geçtiğimiz yıllarda saha araştırması yapanların önündeki en büyük engel, maliyet sorunuydu. Fakat günümüzde veri toplanması için maddi fon desteği sağlayan kurum sayısının artmasıyla bu engel daha kolay aşılabılır bir hale gelmiştir. Bunun yanı sıra, sahada araştırma yapan ekibin bu konuda çalışmak için yeterli eğitime sahip olmaması, bu çalışmaların güvenilirliğini doğrudan ve olumsuz etkilemektedir. Sahada çalışacak uzman araştırmacı eksikliğinin yanında farklı zaman dilimlerinde tekrarlanan geniş kapsamlı saha araştırmalarının azlığı da literatürün bu yönde gelişmesi önünde bir engel oluşturur (Çarkoğlu, 2012b).

Anket yönteminin yetersiz kaldığı noktalarda toplu veri analizi yapabilen yöntemler öne çıkmıştır; çünkü bu yöntemler, yukarıda belirtilen kısıtları anket çalışmalarına oranla daha rahat aşmaktadır. Geçmiş yıllara ait veriye ulaşma konusunda, seçim sonuçları ya da nüfus sayım sonuçları arşivlendiği için genele ait sonuçlar ulaşılabilir. Otoriter rejimlerde görülen bazı istisnalar hariç, oyların doğru sayıldığı ve seçim sonuçları açıkça paylaşıldığı için bu veriler üzerine yapılan analizler, anket verilerine oranla daha güvenilir ve geçerli olmaktadır. Geniş zaman birimlerine yayılmış analizleri, toplu veri üzerinden ekolojik çıkarım analiziyle yapmak mümkündür. Ayrıca, bu verilerin herkesin erişimine ücretsiz olarak açık olması maddi sorunların aşılmasını sağlar. Bu açılardan değerlendirildiğinde, toplu veri analizini gerçekleştirebilen ekolojik çıkarım yöntemleri anket çalışmalarına oranla araştırmacılara pek çok avantaj sağlamaktadır.

### 2.6.2. Ekolojik Çıkarım Yöntemi

Ekolojik çıkarım yöntemi, stratejik oyun seçim sonuçlarından yapılan çıkarımlarla ölçülmesidir. Seçim sonuçlarında, kullanılan oyların toplamı belirtilir. Dolayısıyla tek tek hangi seçmenin hangi parti için oy kullandığı bilinemez. Çünkü bireysel düzeyde değil toplama ait veridir. Seçim sonuçlarına ait toplu veri, her sandığa ait sonucu belirtecek kadar ayrıntılı olabileceği gibi, ülke çapındaki tüm sonuçları tek satırda gösterecek şekilde topluhale getirilmiş olabilir. Çıkarım yapılırken kullanılan verinin en küçük alt birimlerindeki oy sayısı azaldıkça, elde edilecek sonuçlardaki hata payı da o derece azalır. Dolayısıyla, bu yöntemi kullanan çalışmalarda il veya ülke genelindeki toplam sonuçları kullanmak pek tercih edilmemelidir. Ancak geçmiş yılların seçim sonuçlarına her zaman yeterli seviyede ayrıntılı ulaşmanın mümkün olmadığı retrospektif çalışmalarda il veya ülke seviyesindeki sonuçlar kullanılmak zorundadır (King ve diğerleri, 2008).

Bu yöntemi uygulayan araştırmaların bazıları stratejik oy verme davranışını seçim bölgesi bazında analiz etmek suretiyle ortaya koymayı amaçlamıştır. Bazı araştırmalarda ise bu yöntem, seçimler arası oyların yönündeki ve oranındaki değişiklikleri saptamak için kullanılmıştır. Bunların dışında kalan araştırmalarda ise, farklı siyasal sistemlerde sadece küçük partiler için verilen stratejik desteği belirlemek için kullanılmıştır (Blais ve diğerleri, 2001). Elbette ekolojik çıkarım yöntemi kusursuz değildir. En nihayetinde bir çıkarsama yapıldığı için bulgular ulaşılmak istenen gerçekten bir miktar uzak olmak durumundadır (King, Tanner, & Rosen, 2004). Toplam veri bilgisi, birey düzeyindeki tercihleri ve beklentileri hesaplamak için kullanılmıştır. Bunun neticesinde, *ekolojik yanlgı* sorunu doğar (Black, 1978). Yöntemden

kaynaklanan bu problem, eğer kullanılan verideki alt birimlerdeki seçmen sayısı fazla ise elde edilen bulgulara şüpheci yaklaşmamız gerektiğini gösterir.

Ekolojik çıkarım yanılması, bir topluluk içindeki bir gruba ait özelliklerin o topluluğu oluşturan bireylere ait olduğunu düşünme yanılmasıdır. Örneğin, Durkheim tarafından 19. yüzyılda çoğunlukla Protestanların yaşadığı ülkelerde intihar olaylarının görece daha sık yaşanması sebebiyle intiharın Protestanlığın sosyal koşullarından kaynaklandığı iddia edilmiştir. Protestanların çoğunlukta olduğu ülkelerde intiharın yaygın olması, intihar edenlerin Protestan olduğu sonucuna varabilmek için yeterli değildir (Freedman, 1999). Protestan ülkeler Katolik ülkelere sadece din değil, birçok açıdan farklıdır. İntihara sebep olan din dışında pek çok unsur olabilir. Sağlıklı bir çıkarımın yapılabilmesi için bu konuda birey düzeyinde veriye ihtiyaç vardır.

Anket yönteminde karşılaşılan genelleme sorunu mevcut olan seçim sonuçları verisinin iyi analiz edilmesiyle birlikte önemli ölçüde aşılabilmektedir. Toplu veriye ait çıkarım yaparken karşılaşılan ekolojik yanılma ile ilgili detaylı inceleme ilk kez 1950 yılında Robinson tarafından yapılmıştır. Robinson, yaptığı incelemede her halükarda ekolojik yanılma sorunuyla karşılaşılacağı sonucuna varmıştır. Hatta, bilimsel incelemelerde ekolojik çıkarım yapmanın yasaklanması gerektiğini düşünmüştür (Freedman, 1999). İlerleyen yıllarda bu konuda pek çok çalışma yapılmıştır. Liu (2007), yukarıda örnekleri verilen sorulara benzer sorulara yanıt ararken anket çalışmaları ile ekolojik çıkarım yöntemini kullanan çalışmalarını karşılaştırmış ve ekolojik çıkarım yöntemini kullanan çalışmaların sonuçlarının doğru sonuçlara daha yakın olduğunu bulmuştur.

## 2.7. King'in Ekolojik Çıkarım Yöntemi

Gary King'in "A Solution to the Ecological Inference Problem" (Ekolojik Çıkarım Sorununa Bir Çözüm) adlı kitabı yayımlandığı 1997 yılından itibaren sosyal bilim çevrelerinde büyük ilgi uyandırmıştır. Ekolojik çıkarım yapılırken karşılaşılan ekolojik yanılğı sorununa getirdiğı çözüm önerisi pek çok çalışmada kullanılmıştır. Üstelik bu yöntemsel çözümü kullanan çalışmalar, siyaset bilimiyle sınırlı değildir. Sağlık bilimleri, istatistik ve tıp gibi alanlarda da uygulanmıştır.<sup>15</sup>

King'in ekolojik çıkarım konusunda geliştirdiğı yöntem gördüğü ilgi kadar eleştirilere de maruz kalmıştır. Genel olarak eleştiriler, bu yöntemin ekolojik yanılğı sorununa kesin çözüm getirmediğini dile getirmektedir. Fakatoplu veriden birey düzeyinde çıkarımlar yapılırken bu yanılğıya düşmemek için doğası gereği mümkün değildir. Diğer bir deyişle, bu yanılğıya düşülmemesi için 'mükemmel' bir çözüm yoktur. Zaten bu durumdan King kitabında detaylıca bahseder ve bu sebeple kitabını bu konuda çözüm olabilecek önerilerden birini yaptığını işaret edecek şekilde adlandırmıştır(1997). Ayrıca yöntemin gelişmeye ve değışikliğe uygun olması güçlü yanını oluşturmaktadır. Bu yöntem siyaset biliminde dahi ancak uygulandığı alana göre çeşitli düzenlemeler

---

<sup>15</sup>Örnek çalışmalardan bazıları şu şekildedir: L. A.Waller ve C. A. Gotway. (2004). *Applied spatial statistics for public health data*. John Wiley & Sons; J. L. Dungan, J. N.Perry, M. R. T. Dale, P. Legendre, S. Citron - Pousty, M - J. Fortin, A. Jakomulska, M. Miriti ve M. S. Rosenberg. (2002). A balanced view of scale in spatial statistical analysis. *Ecography*. 25(5):626-640; J. M. Oakes. The (Mis) Estimation Of Neighborhood Effects: Causal Inference For A Practicable Social Epidemiology. *Social Science & Medicine*. 58(10):1929-1952; T. Gschwend. (2004). *Strategic Voting In Mixed Electoral Systems*. Statistisches Bundesamt.



yapıldıktan sonra verimli olabilmektedir.

Bu çalışmanın amacı seçim sonuçlarını kullanarak yerel seçimlerde kullanılan samimi ve stratejik oy oranlarını belirlemektir. Bu çıkarımı yapabilmek için Gary King'in ekolojik çıkarım yönteminden yararlanılacaktır. King'in bu yöntemi esasen Sınırlandırma Yöntemi (*The Method of Bounds*) ile Goodman'ın Regresyon yöntemlerinin sentezinden ortaya çıkmıştır. Bu sentez yöntem, Sınırlandırma Yönteminin olması imkansız oy kombinasyonlarını hesaplama dışı bırakarak analizi sadece olası değerler arasına sınırlar. Sonrasında, Goodman'ın Regresyonunun kesikli çok değişkenli normal dağılımı uygulayarak çıkarım sonrası elde edilecek tahmini değerlerin hata payının düşük olmasını sağlar.

Elimizde var olan veri, hem deterministik hem de istatistiki bilgiyi sunar. Deterministik bilgi belirsizlik olmadan, kesin olarak bilinebilen bilgidir. İstatistiki bilgi ise, kesin olarak bilinen bilgi kullanılarak bilinmeyene bizi yaklaştıran bilgidir. Bunu yaparken istatistiki yöntemlerden yararlanıyoruz. Bu sorunun yanıtı için, King'in ekolojik çıkarım yöntemi bir çözüm sunar.

## **2.8. Modelin Matematiksel Formülasyonu**

King'in (1997) Ekolojik Çıkarım (EI) modelinin en yalın anlatımı için yapılacak örneklendirme, iki partili siyasi sistem üzerinden yapılabilir. Sadece A Partisi ve B Partisinin olduğu bir sistemde yapılan seçimde tüm seçmenlerin oy verdiğini farz edelim. Kadınların ve erkeklerin hangi partiyi ne oranda desteklediğini bulma amacıyla King'in modelini uygulayalım. Partiler ve cinsiyetler için oyların dağılımı şu şekilde olacaktır.

**Tablo 2:** *i* Nolu Seçim Bölgesinde Cinsiyete Göre Oy Dağılımı

Oy Dağılımları			
	A Partisi	B Partisi	
Kadın	$\beta_i^K$	$1 - \beta_i^K$	$X_i$
Erkek	$\beta_i^E$	$1 - \beta_i^E$	$1 - X_i$
	$T_i$	$1 - T_i$	

$\beta_i^K$ : A Partisi'ne oy veren kadınların oranı.

$\beta_i^E$ : A Partisi'ne oy veren erkeklerin oranı.

$1 - \beta_i^K$ : B Partisi'ne oy veren kadınların oranı.

$1 - \beta_i^E$ : B Partisi'ne oy veren erkeklerin oranı.

$T_i$ : A partisinin aldığı oy oranı.

$1 - T_i$ : B Partisinin aldığı oy oranı.

$X_i$ : Tüm seçmenler arasında kadınların oranı.

$1 - X_i$ : Tüm seçmenler arasında erkeklerin oranı.

$\mathbb{B}$  : Ağırlıklandırılmamış kadın ve erkek seçmen kitlesinin ortalaması.

$\check{\mathbb{B}}$  : Hesaplanan kadın ve erkek seçmen kitlesinin ortalaması

değeri.

$E$  : Hesaplanan ortalama değeri.

$V$  : Hesaplanan varyans değeri.

$\rho$  :Korelasyon değeri.

$\check{\rho}$  : Hesaplanan korelasyon değeri.

$\epsilon_i$  : Bağımlı değişken ile onun koşullu hesaplanan değeri arasındaki fark.

$\psi$  :Kesikli ölçekte kesikli çoklu değişkenli normalin beş parametre vektörü.

$\check{\psi}$  : Hesaplanan kesikli ölçekte kesikli çoklu değişkenli normalin beş parametre vektörü.

$\sigma^2$  : Kesiksiz ölçekte bilinen  $X_i$  için  $T_i$ 'nin koşullu varyans değeri.

$\check{\sigma}^2$  : Kesiksiz ölçekte bilinen  $X_i$  için  $T_i$ 'nin hesaplanan koşullu varyans değeri.

$\phi_i$  : En güvenilir hesaplama için kesikli çoklu normalin beş parametresinin vektörü.

$\check{\phi}$  : Sonsal dağılımda  $\phi$  değerlerinden rastgele belirlenen bir değer.

$R(\check{\mathbb{B}}, \check{\Sigma})$  : Normalleştirme sabiti, kesiksiz normal dağılımda tam karenin üstünde kalan hacim değeri.

$P$  : Gözlem sayısı.

$\Sigma$  :Nihai kesikli ölçek üzerinde kesikli çoklu normal dağılımının varyans matrisi.

$\check{\Sigma}$  :Nihai kesiksiz ölçek üzerinde kesikli çoklu normal dağılımının varyans matrisi.

Seçimlerde uygulanan gizli oy esaslı itibariyle kutucukların içindeki  $\beta_i^K$ ,  $\mathbf{1} - \beta_i^K$ ,  $\beta_i^E$  ve  $\mathbf{1} - \beta_i^E$  değerleri bilinmemektedir. Diğer bir deyişle, kadınların yüzde kaçının A Partisi'ne ve yüzde kaçının B Partisine oy verdiği bilinemez. Aynı şekilde erkekler için de bu dağılım oranları bilinmektedir.  $T_i$  değeri, seçim sonuçlarından ve  $X_i$  değeri, her seçim bölgesi için yapılan nüfus sayım sonuçlarından kesin olarak bilinmesine rağmen,

$\beta_i^K$  ve  $\beta_i^E$  değerlerinin  $T_i$  değeri<sup>16</sup> içinde,  $\beta_i^K$  değerinin  $X_i$  içinde ve  $\beta_i^E$  değerinin  $1 - X_i$  içinde ne oranda bulunduğu bilinmemektedir. Sonuç olarak, en basit haliyle problem, bu çarpaz tablonun hücrelerinin veri eksikliği sebebiyle doldurulamamasıdır.

EI modelinin amacı, mevcut veriyi istatistiki yöntemlerle işleyerek gerçek bilgiye yakınsamaktır. Bu tabloda yer alan bilinmezleri çıkarsamak için dört adımdan oluşan bir yol izlenir:

1.  $\beta_i^K$  tomografi haritasının üzerinde her seçim bölgesi için  $\beta_i^E$  değerleri gösterilir.
2. Her seçim bölgesi için  $\beta_i^K$  ve  $\beta_i^E$  değerlerine ait ortalama, standart sapma ve korelasyon değerleri belirlenir. Bu değerler, kesikli çok değişkenli normal dağılım için parametreleri oluşturur. Daha sonra,  $X_i$  değeri bilindiği için, ortalama değerler  $T_i$  tahmini değeri üzerinden hesaplanır<sup>17</sup>. Standart sapma ve korelasyon değerleri, doğrusal tahmini değerin etrafındaki heteroskedastisite<sup>18</sup> örüntüsünden hesaplanır.
3. Belirlenen kesikli çok değişkenli normal dağılım tomografi haritasında ve üç boyutlu grafik üzerinde gösterilir.
4. Tomografi haritaları çıkarıldıktan sonra belirlenen sınırlar için kesikli çok değişkenli normal dağılımın istatistiki gücünden yararlanarak her bir seçim bölgesi için  $\beta_i^K$  ve  $\beta_i^E$  değerleri hesaplanır. Belirlenen sınırlardan çıkarılan tek

---

$$^{16} \beta_i^K + \beta_i^E = T_i$$

<sup>17</sup>Bu değerler doğrusal bir düzende olduğu için regresyon ile hesaplanabilirler.

<sup>18</sup> Heterodastisite, farklı gözlemler için rastlantısal yanılı terimlerinin varyanslarının sabit olmaması durumudur.

değişkenli dağılım sonraki dağılımda tam olarak elde edilir ve bu  $\beta_i^K$  ve  $\beta_i^E$  değerlerinin gerçek yerini verir.

**1. Adım:  $\beta_i^K$  tomografi haritasının üzerinde her seçim bölgesi için  $\beta_i^E$  değerlerinin gösterilmesi**

İlk olarak, Sınırlar Yöntemiyle kesin olarak bilinen deterministik bilgiyi kullanarak  $\beta_i^K$  ve  $\beta_i^E$  için tüm olası değerler belirlenir. Bunun altında yatan mantık şu şekilde örneklendirilebilir:

**Tablo 3:  $i$  Nolu Seçim Bölgesinde Cinsiyete Göre Oy Dağılımı (2)**

		Oy Dağılımları		
		A Partisi	B Partisi	
Kadın		$\beta_i^K$	$1 - \beta_i^K$	$X_i = 0,75$ (240)
Erkek		$\beta_i^E$	$1 - \beta_i^E$	$1 - X_i = 0,25$ (80)
		$T_i = 0,4$ (128)	$1 - T_i = 0,6$ (192)	

Diyelim ki;  $i$  nolu seçim bölgesinde toplam 320 oy kullanılmaktadır. Yukarıdaki tablodan görüldüğü üzere, sadece iki partinin yarıştığı seçimlerde A Partisi, 128 oy alarak oyların %40'ını almış ve o seçim bölgesinde oy verebilecek kişilerin %75'i kadınlardan oluşuyor. Toplam 240 kadının bulunduğu bu seçim bölgesinde A Partisi toplam 128 oy aldığına göre, kadınların tümünün A Partisi'ne oy atmadığı deterministik olarak bilinmektedir. Fakat bu haliyle, kadınların kaçının A Partisi'ne oy verdiği ( $\beta_i^K N_i$ ) bilinmemektedir. Ancak bu değer şu şekilde sınırlandırılabilir;

$\beta_i^K N_i$  değerini minimize etmek için  $\beta_i^E N_i$  değeri maksimize edilmelidir. O seçim bölgesindeki tüm erkeklerin A Partisi'ne oy verdiği düşünüldüğünde en az 48 kadının A

Partisi'ne oy vermiş olması gerekir. Yine aynı şekilde,  $\beta_i^K N_i$  değerini maksimize etmek için  $\beta_i^E N_i$  değeri minimize edilmelidir. A Partisi'ne o bölgede erkeklerden hiç oy gelmediği düşünüldüğünde kadınların 128'inin bu partiye oy vermiş olması gerekir. Deterministik olarak bilinen bilgiler kullanılarak bilinmezlerin alabileceği alt ve üst değerler böylelikle çizilmiş olur. Sonuç olarak, %100 güven aralığında A Partisi'ne oy veren kadın sayısının gerçek değerinin 48 ile 128 arasında bir yerde olduğu kesin olarak söylenebilir.

Sınırlar Yöntemi sayesinde bu örnekte görüldüğü gibi gerçek değerler yer alabileceği bölge deterministik olarak belirlenebilmektedir. Neticesinde,  $\beta_i^K$  değeri oransal olarak  $\left(\frac{48}{240}\right) = 0,2$  ile  $\left(\frac{128}{240}\right) = 0,533$  değerleri arasında olmalıdır (Duncan & Davis, 1953). Bu durum şu şekilde formüleleştirilmektedir:

$$\beta_i^K \in \left[ \max\left(0, \frac{T_i - (1 - X_i)}{X_i}\right), \min\left(\frac{T_i}{X_i}, 1\right) \right] \quad (1)$$

Bu örnek içinse şu şekildedir:

$$\beta_i^K \in \left[ \max\left(0, \frac{0,4 - 0,25}{0,75}\right), \min\left(\frac{0,4}{0,75}, 1\right) \right] = [0,2, 0,533]$$

$\beta_i^{B,A}$  değerine ait sınırları belirlemek için:

$$\beta_i^{B,A} \in \left[ \max\left(0, \frac{T_i - X_i}{1 - X_i}\right), \min\left(\frac{T_i}{1 - X_i}, 1\right) \right] \quad (2)$$

EI modeline göre  $\beta_i^K$  ve  $\beta_i^K$  değerleri bir şekilde birbiriyle ilişkilidir. Bu ilişkiyi ortaya çıkarabilmek için Goodman Regresyonu'ndan yararlanılır. Goodman'ın yaklaşımı şu şekilde formüle edilebilir:

$$T_i = X_i \beta_i^K + (1 - X_i) \beta_i^K \quad (3)$$

King,  $\beta_i^K$  ve  $\beta_i^E$  değerleri arasındaki ilişkinin daha net görülebilmesi için formülü yeniden düzenler:

$$\beta_i^E = \left( \frac{T_i}{1 - X_i} \right) - \beta_i^K \left( \frac{X_i}{1 - X_i} \right)$$

Tüm bunların sonucunda  $\beta_i^K$  ve  $\beta_i^E$  değerleri için makul güven aralıkları elde edilmiş olur ve  $\beta_i^K$  değerlerinin  $\beta_i^E$  değerleri ile ne ölçüde ilişkili olduğu bilinir hale gelir.  $\beta_i^E$  değeri üzerinden  $\beta_i^K$  değerinin bulunması mantığı örnek üzerinde işletilince, bu iki değer ilişkili olduğu açıkça görülür:

Hatırlatma:  $T_i = 0,4$  ve  $X_i = 0,75$ .

$$\beta_i^E = \left( \frac{0,4}{1 - 0,75} \right) - \beta_i^K \left( \frac{0,75}{1 - 0,75} \right) = 1,6 - 3\beta_i^K$$

Önceki hesaplamalardan  $\beta_i^K$  değerinin  $[0,2, 0,533]$  aralığında olduğu bilinmektedir<sup>19</sup>. Sonuç olarak, bu sınırları kullanarak  $\beta_i^E$  değeri için kabul edilebilir bir değerler aralığı üretilebilir.  $\beta_i^E = 1,6 - 3\beta_i^K$  formüle yerleştirildiğinde tahmini değerlerin var olabileceği yeri işaret eder. Bu değerler, tomografi haritasının herhangi bir yerinden ziyade sadece çizilen doğru üzerinde olabileceği ve bu yöntem tahmini değerleri ciddi şekilde sınırladığı için var olan bilgilerimizi önemli ölçüde arttırmaktadır. İstatistikî yöntemler sayesinde, artık  $\beta_i^E$  ve  $\beta_i^K$  değerlerinin haritada çizilen doğru üzerinde olduğu bilinmektedir. Bu bilgiyi bir adım daha öteye taşımak için, bu doğru üzerinde bu değerlerin dağılımı da bilinebilir. Bu doğru üzerinde oluşturulacak bir histogram sayesinde her bir  $\beta_i$  değeri için ortalama değeri ve bu ortalamalar için

---

<sup>19</sup> Mantıksal olarak belirtilen bu aralıkların dışındaki değerlerin  $\beta_i^E$  için 0'dan küçük veya 1'den büyük sonuçlar üreteceği beklenmektedir.

belirsizlik katsayısı elde edilebilir. İkinci adımda bu gerçekleştirilecektir.

## 2. Adım: Her bir seçim bölgesi için $\beta_i^E$ ve $\beta_i^K$ değerlerine ait ortalama, standart sapma ve korelasyon değerlerinin hesaplanması

Bu modelin işleme mantığına geçmeden önce bazı değerlere ait hesaplamaların yeniden tanımlanması gerekmektedir:

$$\mathbb{B}^E = \frac{\sum_{i=1}^p \beta_i^E}{\rho} \quad \forall \mathbb{B}^K = \frac{\sum_{i=1}^p \beta_i^K}{\rho}$$

$\mathbb{B}^E$  ve  $\mathbb{B}^K$  değerleri,  $\beta_i^E$  ve  $\beta_i^K$  değerlerine ait ağırlıklandırılmamış ortalamalardır. Her seçim bölgesinde kullanılan oy sabit ise bu ağırlıklandırılmamış ortalamalar daha fazla yarar sağlar.  $\mathbb{B}^E, \rho$  sayıda seçim bölgesi olan bir il için  $\beta_i^E$  değerinin basit ortalamasıdır.

$$\mathbb{B}^E = \frac{\sum_{i=1}^p N_i^E \beta_i^K}{N^E} \quad \forall \mathbb{B}^K = \frac{\sum_{i=1}^p N_i^K \beta_i^K}{N^K}$$

$\mathbb{B}^E$  ve  $\mathbb{B}^K, \beta_i^E$  ve  $\beta_i^K$  değerlerine ait ağırlıklandırılmış ortalamalardır. Örneğin,  $\mathbb{B}_i^E$ , A Partisi'ne oy veren erkek seçmenleri il bazında belirtmektedir. Devam eden işlemde, belirtilen beş parametre (ortalamalar, standart sapmalar ve sandıklar arası korelasyon değerleri) hesaplanır.

$$\mathbb{B} = \begin{pmatrix} \mathbb{B}^K \\ \mathbb{B}^E \end{pmatrix} \quad \forall \Sigma = \begin{pmatrix} \sigma_K^2 & \sigma_{K;E} \\ \sigma_{K;E} & \sigma_E^2 \end{pmatrix}$$

$$\beta_i^K = E[\beta_i^K] + \epsilon_i^K = \mathbb{B}^K + \epsilon_i^K \quad (4)$$

$$\beta_i^E = E[\beta_i^E] + \epsilon_i^E = \mathbb{B}^E + \epsilon_i^E \quad (5)$$

$\beta_i^E$  değeri, basit ağırlıklandırılmamış ortalama ( $\mathbb{B}^E$ ) çevresinde bir dağılıma



sahiptir. Eşitlik tekrar hatırlanacak olursa:

$$T_i = X_i\beta_i^K + (1 - X_i)\beta_i^E$$

4. ve 5. eşitlikteki  $\beta_i^E$  ve  $\beta_i^K$  değerleri bu eşitlikte yer değiştirilir:

$$\epsilon_i = X_i\epsilon_i^K + (1 - X_i)\epsilon_i^E \text{ olduğu için;}$$

$$T_i = X_i[\mathbb{B}^K + \epsilon_i^K] + (1 - X_i)[\mathbb{B}^E + \epsilon_i^E]$$

$$T_i = X_i\mathbb{B}^K + (1 - X_i)\mathbb{B}^E + \epsilon_i$$

1. Bağımlı değişkenin ortalamasını hesaplama fonksiyonu şu şekildedir:

$$E[T_i | X_i] = X_i\mathbb{B}^K + (1 - X_i)\mathbb{B}^E$$

$$E[T_i | X_i = 1] = \mathbb{B}^K$$

$$E[T_i | X_i = 0] = \mathbb{B}^E$$

2. Varyans değeri şöyle hesaplanmaktadır:

$$V[T_i | X_i] = V[\epsilon_i | X_i]$$

$$V[T_i | X_i] = \sigma_K^2 X_i^2 + \sigma_E^2 (1 - X_i)^2 + \sigma_{K;E} 2X_i(1 - X_i)$$

$$V[T_i | X_i = 1] = \sigma_K^2$$

$$V[T_i | X_i = 0] = \sigma_E^2$$

3. Korelasyon değeri ise şöyle hesaplanmaktadır:

$$\rho = \frac{\sigma_{K;E}}{\sigma_K \sigma_E}$$

Heteroskedastisitenin  $X_i$  arttıkça daralması eğilimi, kovaryans terimi ile sağlanır.

$$V[T_i | X_i = 0.5] = \sigma_K^2 0.25 + \sigma_E^2 0.25 + 2\sigma_{K;E} * 0.25$$

$$V[T_i|X_i = 0.5] = \frac{\sigma_K^2 + \sigma_E^2 + 2\sigma_{K;E}}{4}$$

### 3. Adım: Kesikli Çok Değişkenli Normal Dağılımın Elde Edilmesi

Seçim bölgeleri arası ortalama, standart sapma ve korelasyon değerleri hesaplandıktan sonra bu değerler, kesikli çok değişkenli normal dağılımın parametreleri olarak kullanılır. Bu parametreler  $\psi$  vektörü altında toplanır.

$$\psi = \{\mathbb{B}^K, \mathbb{B}^E, \sigma_K^2, \sigma_E^2, \rho\} = \{\mathbb{B}, \Sigma\}$$

Fakat  $\psi$  vektörünün doğrudan matematiksel hesaplamalarda kullanılması zordur.  $\psi$  yerine, kesikli çok değişkenli normal dağılımın beş parametresini temsilen  $\check{\psi}$  kullanılır. Bu şekilde eşitlik yeniden düzenlenir.

$$\check{\psi} = \{\check{\mathbb{B}}^K, \check{\mathbb{B}}^E, \check{\sigma}_K^2, \check{\sigma}_E^2, \check{\rho}\} = \{\check{\mathbb{B}}, \check{\Sigma}\}$$

Ayrıca  $\check{\psi}$  'nin kullanılması da simülasyonlarda sorun doğurur ve olabilirliğin maksimize edilmesi için şu şekilde yeniden parametrize edilir:

$$\phi_1 = \frac{\check{\mathbb{B}}^K - 0.5}{\check{\sigma}_K^2 + 0.25}$$

$$\phi_2 = \frac{\check{\mathbb{B}}^E - 0.5}{\check{\sigma}_E^2 + 0.25}$$

$$\phi_3 = \ln(\check{\sigma}_K)$$

$$\phi_4 = \ln(\check{\sigma}_E)$$

$$\phi_5 = 0.5 \ln\left(\frac{1 + \check{\rho}}{1 - \check{\rho}}\right)$$

Bu durumda, hesaplamalar için en güvenilir ölçeğe ulaşılmış olur:

$$\phi = \{\phi_1, \phi_2, \phi_3, \phi_4, \phi_5\}$$

İlk olarak  $\phi$  hesaplanır ve  $\tilde{\psi}$  'ye çevrilir.  $\tilde{\psi}$  değerinin kesikli çok değişkenli normal dağılımında işleme sokulmasından elde edilecek simülasyonla  $\beta_i^E$  ve  $\beta_i^K$  değerleri elde edilir. Kesikli çok değişkenli normal dağılımı değerlendirilir:

$$TN(\beta_i^E, \beta_i^K | \mathbb{B}, \tilde{\Sigma}) = N(\beta^E, \beta^K | \mathbb{B}, \tilde{\Sigma}) \frac{\mathbf{1}(\beta_i^E, \beta_i^K)}{R(\mathbb{B}, \tilde{\Sigma})}$$

$$N(\beta_i^E, \beta_i^K | \mathbb{B}, \tilde{\Sigma}) = \frac{1}{2\pi\sqrt{\tilde{\Sigma}}} \exp\left(-\frac{1}{2}(\beta_i - \mathbb{B})^T \tilde{\Sigma}^{-1}(\beta_i - \mathbb{B})\right)$$

- Eğer  $\beta_i^E \in [0,1]$  ve  $\beta_i^K \in [0,1]$  ise  $\mathbf{1}(\beta_i^E, \beta_i^K)$  belirtici fonksiyonu 1'e eşittir ve eğer değilse 0'a eşittir.
- $R(\mathbb{B}, \tilde{\Sigma})$ , çok değişkenli normalin altındaki hacim, normalizasyon faktörüdür.

$$R(\mathbb{B}, \tilde{\Sigma}) = \int_0^1 \int_0^1 N(\beta^E, \beta^K | \mathbb{B}, \tilde{\Sigma}) d\beta^E d\beta^K$$

$\hat{\psi}$  'den  $\psi$  'a geri dönmek için  $TN(\beta_i^E, \beta_i^K | \mathbb{B}, \tilde{\Sigma})$  'dan 1000 tane değer çekilir.  $\mathbb{B}$  'nin üretilmesi için  $\beta_i^E$  değerinin ortalaması ve  $\Sigma$  için varyans alınır.

#### 4. Adım: Her bir seçim bölgesi için $\beta_i^{B,A}$ ve $\beta_i^K$ değerlerinin hesaplanması

Sınırları gösteren tomografi haritası üzerinden kesikli çok değişkenli normal dağılımdan yararlanarak  $\beta_i^E$  ve  $\beta_i^K$  değerleri hesaplanacaktır. İlk olarak, seçim bölgesi seviyesinde ilgili parametreler belirlenir:

$$P(\beta_i^K | T_i, \tilde{\psi}) = TN\left(\beta_i^K \left| \mathbb{B}_{A,A} + \frac{\omega_i}{\sigma_i^2} \epsilon_i, \tilde{\sigma}_{A,A} - \frac{\omega_i^2}{\sigma_i^2}\right.\right)$$

$$P(\beta_i^K | T_i, \tilde{\psi}) = N\left(\beta_i^K \left| \mathbb{B}_{A,A} + \frac{\omega_i}{\sigma_i^2} \epsilon_i, \tilde{\sigma}_{A,A} - \frac{\omega_i^2}{\sigma_i^2}\right.\right) \frac{\mathbf{1}(\beta_i^K)}{S(\mathbb{B}, \tilde{\Sigma})}$$

$\mathbf{1}.\phi$  'nin sonsal dağılımından  $P(\beta_i^K | T)$  bir değer çekilir ve  $\tilde{\phi}$  olarak adlandırılır.

2. Kesiksiz örnekleme  $\tilde{\phi}$  yeniden parametreleştirilir. Sonucunda,  $\tilde{\psi}$ 'nin simüle değerlerinden biri olan  $\tilde{\psi}$  üretilmiş olur.

3.  $\tilde{\psi}$ ,  $\beta_i^K$  değerinin koşullu sonsal dağılımına yerleştirilir ve sonucunda formül  $P(\beta_i^K | T_i, \tilde{\psi})$  olur ve raslantısal olarak  $\tilde{\beta}_i^K$ 'dan bir değer çekilir.

Son olarak, Figür 1'de yer alan doğru, tüm haritadan çıkarılır. Bu doğru, iki boyutludur ve üç boyutlu kesikli normal dağılımdan gelen kendi hacmine sahiptir.

İl seviyesinde parametrelerin belirlenmesi için şu adımlar izlenir:

1. Her bir sandık için  $\tilde{\beta}_i^K$  değeri belirlenir.

2. Bu değerlerden  $\tilde{\mathbb{B}}^K = \frac{\sum_{i=1}^p N_i^K \tilde{\beta}_i^K}{N^K}$ , ne ait simülasyonlar üretilir. Ortalaması ve standart sapması bulunur.

Bu bölümde stratejik oy verme davranışının literatürdeki yeri, oluşmasını etkileyen unsurlar ve analizinde kullanılan yöntemler açıklanmıştır. Bu çalışmada yapılan uygulamada kullanılan ekolojik çıkarım yönteminin teorik tabanı ve matematiksel formülasyonuna yer verilmiştir. Takip eden bölümde ekolojik çıkarım yöntemi, uygulama konusu olan 2009 ve 2014 yerel seçimlerinde stratejik oy verme davranışının sandık bazlı analizine uyarlanacaktır. Bu noktadan hareketle belirtilen seçimlerde Türkiye seçmenlerinin uygulayabileceği stratejik davranış senaryoları tanımlanarak, hipotez testleri sonucunda bu davranışların ne sıklıkta ve ne ölçüde meydana geldiği hesaplanacaktır.

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **YEREL SEÇİMLERDE**

### **STRATEJİK OY VERME DAVRANIŞININ ANALİZİ**

Çalışmanın bu bölümünde seçmen davranışı literatüründe önemli bir sorun olan ekolojik yanılğı hatasına bir çözüm sunan EI modeli kullanılarak 2009 ve 2014 yerel seçimlerinde stratejik oy verme davranışı analiz edilecektir. Bölümde ilk olarak uygulama konusu olarak neden yerel seçimlerin seçildiği açıklanacaktır. Analiz öncesinde Türkiye’de yerel seçimlerin kısa tarihi ile parçalanma, oynaklık ve etkin parti sayısı üzerinden 2009 ve 2014 yerel seçimlerinin gerçekleştiği arkaplanlanacaktır. Seçim dönemlerinde var olan dinamiklerle birlikte değerlendirilerek seçimlerde kurulabilecek stratejiler açıklanacak ve hipotezler belirtilecektir. Daha sonra EI modeli yerel seçimlerin analizine uygun hale getirilerek hipotezler test edilecektir.

EI modeli, çok partili sistemlerde seçim sonuçları üzerinden birey düzeyinde stratejik seçmen davranışını çıkarsama yapmayı sağladığı için farklı seçim türlerinin analizlerinde de kullanılabilir. Örneğin, 2014 yılında yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde her bir adayın hangi parti seçmeni tarafından desteklendiği bu model kullanılarak belirlenebilir. Yine aynı seçimlerle ilgili olarak katılım oranında görülen azalma sonucunda hangi parti ya da partilerin seçmenin sandığa gitmemeyi tercih ettiği de belirlenebilir. Hangi seçmenlerin sandığa gitmediği pek çok kişi tarafından tartışılmış ve bu belirsizlik tahminler yapılarak giderilmeye çalışılmıştır. Kimilerine göre, Recep Tayyip Erdoğan’ın seçmeni seçim zaferinden emin olduğu için oylarının seçimin sonucu üzerinde bir etkisi olduğuna inanmadıkları için sandığa gitmemişti. Yani oy

kullanmayan kesimin önemli bir çoğunluğu AKP seçmeniydi. Bu seçmenlerin tümünün sandık başına gittiği varsayıldığında, Erdoğan'ın oy oranı önemli ölçüde artacak ve gerçeği daha iyi yansıtabilecekti. Kimilerine göre, sandığa gitmeyenler orta üst ve üst gelir grubuna ait seçmenlerdi. Seçim döneminin yaza denk gelmesi sebebiyle bu seçmen grubu oy vermek yerine tatile gitmeyi tercih etmişti. Bu seçmenlerin büyük çoğunlukla CHP seçmeni olması dolayısıyla oy kaybına uğrayan, çatı aday Ekmeleddin İhsanoğlu'ydu. Kimilerine göre ise, Selahattin Demirtaş'ın seçim yarışında önde olan iki adaydan biri olmaması sebebiyle kazanma şansının çok düşük olması ve seçmenin önemli çoğunluğunun diğer iki adaydan herhangi birini kendine yakın hissedememesi sebebiyle sandığa gitmeyi tercih etmemesine yol açmıştı. Verecekleri destek ile bir fark yaratamayacağına inanan seçmen, sandığa gitmemiş ve Demirtaş'ın oy oranının düşmesine yol açmıştı.

Bu örnekten de anlaşıldığı üzere, sandığa hangi adayın seçmenin gitmediğini belirlemek için mevcut durum üzerine yorum yaparak sonucu ilişkilendirmek yeterli olmamaktadır. Oy verme oranındaki düşüşün sebebi, seçimin tatil dönemine gelmesi, kazananın baştan belli olması ya da yarışın önde olan iki aday arasında geçeceğinin bilinmesi olabilir. Hatta bu sayılanların hepsinin bir miktar bu belirsizliği açıkladığı söylenebilir. Fakat tüm bu tahminlerin gerçeğe ne derece yakın olduğunu saptayabilmek için bilimsel yöntemlerin uygulanması gerekir. Bu çalışmada önerilen ekolojik çıkarım modeli sayesinde çok partili/adaylı seçimlere uygulanmış bu haliyle yapılacak analizler sonucunda, makul hata paylarıyla beraber hangi seçmen kesiminin sandığa gitmediği ve hangilerinin stratejik davranarak en çok tercih ettiği adaydan farklı bir aday için oy kullandığı bilinebilir. Bunun için yakın zamanda yapılan ve ülke genelini kapsayan bir

seçim olan 2014 yerel seçimleri ile Cumhurbaşkanlığı seçimleri karşılaştırılabilir. Her iki seçime ait sandık düzeyindeki sonuçlar karşılaştırılarak çıkan farklar üzerinden hangi partinin seçmenin sandığa gitmediği saptanabilir. Fakat bu çıkarımın yapılabilmesi için iki seçim arasında seçmenlerin kayıtlı olduğu yerlerin hiç değişmediği yani aynı seçmenlerin aynı sandıklarda oy kullandığı ve her iki seçimde de oy verme için aynı motivasyonların geçerli olduğu varsayılmalıdır. Her seçimde artan seçmen sayısı göz önünde bulundurulduğunda bu varsayımlar, gayet güçlü varsayımlardır.

Önerilen çıkarım modelinin kullanılabilceği bir diğer örnek de 2015 genel seçimleridir. Seçim öncesi HDP'nin seçim barajını geçip geçemeyeceği seçim gündeminde en çok konuşulan konulardan biri olmuştur. HDP'nin barajı geçmesiyle birlikte AKP'nin milletvekili sayısının önemli ölçüde düşeceği, hatta tek başına hükümet kurmaya yetebilecek sandalye sayısına ulaşamayacağı tahmin ediliyordu. Seçimin sonucunda HDP, seçim barajının üstünde oy aldı ve AKP'nin 12 yıllık kesintisiz tek başına iktidar olduğu süreç böylece sona erdi. Bu sonuç Türkiye'de siyasi hayatı oldukça etkiledi. Fakat HDP'ye oy atarak seçimin kaderini etkileyen seçmenlerin ne kadarlık kısmının partinin seçim barajını geçmesini sağlamak için stratejik oy verdiği bilinmemektedir. Yine benzer şekilde, HDP'ye yönelik stratejik oy kullanan seçmenlerin aslında en çok tercih ettikleri partilerin hangisi olduğu da bilinmemektedir. Bu çalışmada önerilen çıkarım yöntemi genel seçimler için uyarlanarak seçim sonuçları üzerinden gerçekleştirilecek analizle bu konudaki belirsizlik giderilebilir. Cumhurbaşkanlığı seçimlerine benzer şekilde, bu analiz için de yakın zamanda yapılan bir seçimin sonuçları kullanılarak karşılaştırma yapılması gerekir. Yine benzer şekilde seçmenlerin yine aynı sandıklarda oy kullandığı ve karşılaştırma yapılan seçimle aynı

motivasyonlara sahip olduğu varsayılmalıdır. Her iki örneğin gösterdiği üzere ekolojik çıkarım yapılabilmesi için karşılaştırma yapılacak bir başka seçim sonucuna ihtiyaç vardır. Karşılaştırma yapılan seçim ile seçmen davranışı analiz edilmek istenen seçim, birbirine ne kadar yakın zamanda gerçekleşmişse ve oy verme motivasyonları ne kadar benziyorsa varsayımlar zayıflar ve bulgular gerçeği yansıtmaya o derece yaklaşır.

Bu tezde çok partili sistemlerde stratejik oy verme davranışını ve yönünü tespit için önerilen söz konusu çıkarım modeli, 2009 ve 2014 yerel seçimleri üzerine uygulanacaktır. Bu seçimlerin ve seçim türünün seçilmesinin üç sebebi vardır. İlk olarak, bu tip seçimler stratejik oy verme davranışının görülebilmesi için uygun şartları sağlamaktadır. Genel seçimlerden farklı olarak, yerel seçimlerde aynı anda birden fazla seçim yapılır (örn. büyükşehir belediye başkanlığı seçimi, belediye meclisi üyeliği seçimi, il genel meclisi üyeliği seçimi gibi). Bu sayede seçmenlerin sandık başına gittiklerinde farklı seçimler için farklı oy tercihlerinde bulunmaları mümkün olur. Tanımı gereği, stratejik oyun en çok tercih edilen partiye verilmemesi gerekir. Genel seçimlerde de stratejik oy kullanılabilir fakat bunun tespiti için yukarıda bahsedildiği gibi yöntemsel açıdan daha güçlü varsayımlar yapılması gerekir. Oysa yerel seçimlerde sandık bazında yapılan bir analizle seçmenlerin ne ölçüde stratejik davranarak oy ayırdıkları önerilen bu model ile makul hata payları içerisinde kesin olarak bilinebilir.

Yöntemin uygulaması için yerel seçimlerin tercih edilmesinin ikinci sebebi ise, yerel seçimlerdeki seçmen davranışının literatürde ileri düzeyde nicel yöntemlerle yeterince ele alınmış olmamasıdır. Yerel seçimlere dair yapılan çalışmalar, genellikle anket verilerinin analiziyle gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada, sandık seviyesinde veri



kullanılarak birey düzeyinde çıkarımlar yapılacaktır. Bu açıdan bakıldığında bu çalışma, literatüre yerel seçimlerdeki seçmen davranışının analizi konusunda katkı sunmayı amaçlamaktadır. Üçüncü sebep ise özellikle 2014 yerel seçim döneminde özellikle sosyal medya üzerinden en kötünün seçilmesini önlemek için 'ehven-i şer'in seçilmesi yönünde yapılan yönlendirmelerin sıkça dile getirilmesidir.

Aynı anda birden fazla oyun kullanıldığı ve farklı görevler yürütecek kişilerin belirlendiği seçim sistemleri son yıllarda seçmen davranışı literatürü açısından büyük önem kazanmıştır. Bu seçim sistemleri, stratejik oy ayırma davranışının izlenmesi için neredeyse mükemmel şartları hazırlar (Moser & Scheiner, 2005). Oy ayırma durumunun gerçekleştiği çeşitli seçim türleri vardır. Örneğin, ABD'de oy ayırma farklı partilerin adaylarını farklı görevler için seçmek mümkündür. Başkanlık için Demokrat Parti'nin adayı tercih edilirken senatör ya da temsilci seçiminde Cumhuriyetçi bir aday tercih edilirse oy ayırma gerçekleşir. İki kamaralı parlamenter sistemler de oy ayırma için müsait bir ortam yaratabilir. Her iki kamara için yapılan seçimler aynı gün gerçekleşir. Bu kamara seçimlerinde farklı partiler tercih edilebilir. Karma seçim sistemlerinin geçerli olduğu ülkelerde aynı görev için yapılan seçimlerde de oy ayrılabilir. Örneğin, Almanya'da gerçekleşen Bundestag seçimlerinde seçim bölgesinin adayı çoğunlukçu esasa göre belirlenirken, bölgesel parti listelerinde kazanan nispi temsil esasına göre belirlenir. Bu durumda, seçmenler için stratejik oy ayırmanın mümkün olduğu bir durum oluşur. Seçim bölgesi için oy kullanırken büyük partiler tercih edilirken, bölgesel parti listelerinde barajı geçmelerini sağlamak için küçük partiler tercih edilebilir (Pappi & Thurner, 2002).

Türkiye'deki yerel idareler seçiminde belediye meclisi seçimi nispi temsil esasına dayanır ve partiler aldıkları oyla orantılı bir şekilde mecliste temsil hakkı kazanır. Belediye başkanlığı ile büyükşehir belediye başkanlığı seçimleri ise çoğunlukçudur ve en çok oyu alan aday kazanır. Aynı anda birden fazla seçim için oy kullanılan mahalli idareler seçimlerinde Türkiye seçmeninin bu durumuna nasıl karşılık verdiği konusu yeterince araştırılmamıştır. Seçim öncesi diğer seçmenlerin eğilimlerini değerlendirmeden, doğrudan en çok tercih ettikleri partinin adayını destekleyenler, samimi seçmen olarak nitelendirilebilirler. Diğer yandan, seçim öncesinde seçim sonuçlarıyla ilgili değerlendirmeleri neticesinde en çok tercih ettikleri partinin adayının kazanma ihtimalinin çok düşük olduğunu düşünerek oylarını harcamamak amacıyla başka bir partinin adayına yönelenler ise stratejik davranmıştır denebilir.

Nispi temsil esasına dayanan seçimlerde birden fazla parti temsil hakkı kazandığı için harcanan oy miktarı, çoğunlukçu sistemlere nazaran çok daha azdır (Kohno, 1997). Dolayısıyla, bu çalışmada seçmenlerin belediye meclisi seçiminde kullandıkları oyun en çok tercih ettikleri parti için olduğu varsayılmaktadır. Bu varsayım üzerinden, eğer belediye veya büyükşehir belediye başkanlığı için başka bir partinin adayına oy kullanmışlarsa, bu durum stratejik oy ayırma olarak değerlendirilmektir.

Yerel seçimlerde stratejik oy ayırma şu şekilde örneklendirilebilir: 2014 Ankara Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimlerinde MHP'nin adayı olan Mevlüt Karakaya'nın yarışı önde tamamlamayacağı çok açıktı. Bunun bilinmesine rağmen, MHP'li bazı seçmenler partilerine ve onun adayına olan desteklerini göstermek için bu seçimde bu adaya oy vermeyi tercih ettiler. Diğer yandan bazı MHP'li seçmenler ise, AKP'nin adayı

olan Melih Gökçek'in bir kez daha başkan seçilmesini önlemek amacıyla yani '*en kötünden kaçınmak için*' CHP'nin adayı olan Mansur Yavaş'a oy vermeyi tercih ettiler. Tek bir kişinin seçildiği pozisyonlar için seçim yarışı başa baş giden iki aday arasında çetin bir mücadeleye sahne oluyorsa, stratejik oy verme davranışının önemli bir etkiye sahip olduğu açıkça görülür. MHP'li seçmenler bu 'stratejik' hamleyi MHP'nin adayı Karakaya'nın seçim yarışının dışında kalacağını bilerek gerçekleştirdiler. Bu örnek özelinde değerlendirilirse, en kötünden kaçınma stratejisi amacına ulaşmamıştır. AKP'li Melih Gökçek oyların %44,8'ini (1417212 oy) alarak yeniden belediye başkanı seçilirken, CHP'li Mansur Yavaş ise oyların %43,8'ini (1385576 oy) alarak seçimi kaybetmiştir. MHP'li Karakaya, oyların %7,8'ini (245765 oy) alarak seçim yarışını epey geride tamamlamıştır. İki aday arasındaki oy farkı ise 31636 oydur. Görüldüğü üzere, eğer yeteri sayıda MHP seçmeni bu stratejik hamleyi gerçekleştirseydi, başarı kaçınılmazdı. Stratejilerin başarılı olması için gereken yeter sayısının sağlanması amacıyla seçim öncesi koordinasyonun önemi bir kez daha ortaya çıkmıştır. Yine de aynı seçimlerde belediye meclis üyeliği seçimlerinde %17,3 oy alan MHP'nin oy oranının büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinde %7,8'e gerilemesi, önemli sayıda seçmenin stratejik davranışının göstergesi olarak kabul edilebilir.

### **3.1. Türkiye Yerel Seçimlerine Genel Bakış**

Yerel yönetimler, belli bir coğrafyada yaşayan bireylerin birlikte yaşamaktan kaynaklanan gereksinimlerini karşılamak amacıyla, yönetim organları belli bir yaş sınırı üzeri bireyler tarafından seçilen hizmet birimleridir. Bu yönetim birimleri, merkezi yönetim sistemi içinde yan hizmetleri yürütmekle yükümlüdür (Akbulut, 2004).

Yerinden yönetim olarak da adlandırılan bu yönetimlerin, demokratik yapılanmanın temel kuruluşları olduğuna dair yaygın bir kanı mevcuttur (Pustu, 2006). Belirli amaçlara ulaşmak ve gerekli hizmetleri sağlamak üzere ortaya çıkan yerel yönetimler üzerinden toplumların tarihsel gelişimini okumak bir ölçüde mümkün olmaktadır (Keleş, 1992: 17).

Batı demokrasilerinde yerel yönetimlerin tarihi 12. yüzyıla kadar uzanır. Merkezi yönetimler karşısında bir bölgenin ya da kentin yönetsel açıdan güç elde etmesiyle birlikte yerel yönetimler doğmuştur. Bulduğumuz coğrafyada ise, bu tip yönetim kavramı Tanzimat dönemine kadar oluşmamıştır. Bunu oluşturan temel sebep olarak, merkezi yönetimin anlayış ve değerlerine, idari ve mali özerkliğe sahip olan yerel kurumların ters düşmesi gösterilebilir. Tanzimat'a kadar bu hizmetler, yerel nitelikteki vakıflar ve kadılar tarafından yerine getirilmiştir (Ortaylı, 1978: 22-23).

Seçime dayalı belediye yönetimi ilk defa 1876 Anayasası ile birlikte oluşturulmuştur. Bir yıl sonra çıkarılan Dersaâdet Belediye Kanunu ve Vilâyâ Belediye Kanununda belediye başkanı ve meclis üyelerinin tek dereceli seçimle belirleneceği açıkça belirtilmiştir (Altan, 2009).Fakat 1908'de II. Meşrutiyet'in ilanından dört yıl sonra çıkarılan Dersaadet Belediyesi Hakkındaki Geçici Kanun ile birlikte İstanbul'daki belediye dairelerini kaldırılarak yerine belediye şubelerini koymuş ve şehremaneti meclisinin yerini encümen almıştır. Bu yapı, Cumhuriyetin ilanından sonra 1930 yılındaki kanun çıkana kadar devam etmiştir (Aydın, 2011).

16 Şubat 1924 tarihinde çıkarılan Ankara Şehremaneti Kanunu ile yapılan düzenlemeye göre belediye, hükümet tarafından atanacak bir başkan ve seçimle oluşacak

bir meclis tarafından yönetilecektir (Türkoğlu Önge, 2007). İstanbul ve Ankara'da birbirinden farklı kanunların uygulanmasına son vermek ve eşitlik oluşturmak amacıyla 1930 yılında, Temmuz 2005'e kadar yürürlükte kalacak Belediye Kanunu kabul edilmiştir. Hemen ardından yapılan belediye seçimleri, kadınların siyasal haklarını ilk kez kullandıkları seçim olması açısından önem taşır. Fakat bu seçimlerin ertesinde Serbest Cumhuriyet Fırkasının (SCF) kapatılması sebebiyle çok partili siyasi hayata geçiş açısından başarısı sürekli bir seçim uygulaması olamamıştır. Ancak yine de bu düzenleme sonrasında yerel yönetimler halkın talep ve ihtiyaçlarına karşı daha duyarlı hale gelmeye başlamıştır. 1960 Askeri darbesiyle kesintiye uğrayan demokratik yaşamdan yerel yönetimler de nasibini almış ve belediye başkanlıkları iki yıllığına vali ve kaymakamlara devredilmiştir. II. Meşrutiyet'ten 1963 yılına kadar il genel meclisi, belediye meclisi ve köy ihtiyar meclisi seçimlerinde çoğunluk sistemi uygulanmıştır. Belediye başkanı ise belediye meclisi tarafından seçilmiştir.

1963 yılında yürürlüğe giren 307 sayılı kanunla birlikte, belediye başkanlarının tek dereceli çoğunluk usulüne göre doğrudan halk tarafından seçilmesi kabul edilmiştir (Resmi Gazete, 1967). Böylece Türk siyasal hayatında belediye meclisinin kendi içinden belediye başkanını seçmesi usulü terk edildiği için belediye yönetimlerinde güçlü başkanlık dönemine geçilmiştir (Çınar, 2007). İl genel meclisi ve belediye meclisi ise nispi temsil esasına uygun düzenlenmiştir. Bu düzenleme, 1980 yılına kadar geçerli olmuştur.

1980 Askeri darbesi sonrasında ise, belediye meclisleri dağıtılmıştır. 1984 yılında yapılan seçimle belediye meclislerini yine halk tarafından çoğunluk sistemiyle

belirlenmiştir. 2000’li yıllarda dünyada bazı dinamiklerin değişmesine paralel olarak yerel yönetimlerin önemi artmıştır. Gelişmiş demokrasilerde yerel yönetimlerin, sınırları belli bir coğrafyayı paylaşan vatandaşların yönetime katıldığı ve çok sesliliğin özgürce dile getirildiği yerler haline gelmesi, dolaylı olsa da Türkiye’de yaşayan halkların benzer taleplerde bulunmalarına yol açmıştır. Bu sebeplerle birlikte düşününce, 2000’li yıllardan itibaren halkın yerel seçimler aracılığıyla aktarmak istediği mesajın iyi şekilde analiz edilmesi ve anlaşılması büyük önem taşımaktadır.

### **3.2. Türkiye Yerel Seçim Sonuçları**

Türkiye’de yerel seçimler tarihi ana hatlarıyla iki döneme ayrılabilir. İlk dönem, 1963, 1968, 1973 ve 1977 seçimlerinin olduğu yani yerelde seçimlerde iki ana partinin varlık gösterebildiği dönemdir. Seçime giren parti sayısı ikiden fazla olmasına rağmen, seçim yarışı Adalet Partisi ve Cumhuriyet Halk Partisi arasında yaşanmıştır. İkinci dönem ise, 1980 sonrası gerçekleştirilen 1984, 1989, 1994, 1999, 2004, 2009 ve 2014 yerel seçimlerinin olduğu dönemdir. Bu dönemin belirgin özelliği ise, farklı usullerin uygulandığı seçim sistemi ve seçimde varlık gösterebilen parti sayısının artmış olmasıdır (Çitçi, 2001: 35).

**Tablo 4: Yerel Seçim Sonuçları (1963-1977)**

<b>Seçim Tarihi</b>	<b>Partiler</b>	<b>Belediye Başkanlığı (%)</b>	<b>Belediye Meclisi Üyeliği (%)</b>	<b>İl Genel Meclisi Üyeliği (%)</b>
1963	AP	45,97	49,93	45,48
	CHP	35,69	38,2	36,22
1968	AP	46,61	49,17	49,06
	CHP	30,75	35,23	27,9
1973	AP	33,93	35,43	32,32
	CHP	39,31	41,62	37,09
1977	AP	37,63	37,94	37,1
	CHP	46,14	46,92	41,73

Kaynak: <http://www.ysk.gov.tr/>

**Tablo 5: Yerel Seçim Sonuçları (1984-2014)**

Seçim Tarihi	Partiler	Belediye Başkanlığı (%)	Belediye Meclisi Üyeliği (%)	İl Genel Meclisi Üyeliği (%)	Büyükşehir Belediye Başkanlığı (%)
1984	ANAP	43,24	43,59	41,52	50,18
	SODEP	24,86	24,45	23,35	28,99
1989	ANAP	23,74	23,51	21,8	23,62
	SHP	32,76	33,16	28,69	38,37
	DYP	23,48	23,7	25,13	17,84
1994	ANAP	22,87	22,97	21,09	21,79
	DYP	18,85	18,9	21,41	15,88
	RP	19,2	19,07	19,14	22,4
	SHP	16,73	16,7	13,53	19,68
1999	ANAP	17,43	17,07	15,03	16,88
	CHP	13,83	13,28	11,08	16,52
	DSP	15,19	16,22	18,7	19,3
	DYP	12,75	12,48	13,21	7,4
	FP	18,04	18,24	16,48	23,4
	MHP	15,14	15,71	17,17	10,35
2004	AKP	54,8	48,25	70,95	46,07
	CHP	14,63	16,33	12,21	24,46
	DYP	12,15	13,77	4,86	5,4
	MHP	7,73	9,87	5,55	5,11
2009	AKP	38,64	38,16	38,39	42,19
	CHP	24,7	24,84	23,08	32,43
	MHP	16,5	16,64	15,97	12,37
	SP	5,37	5,64	5,2	3,79
	DTP	5,16	5,26	5,7	4,29
2014	AKP	43,13	42,87	45,43	45,54
	CHP	26,45	26,34	16,87	31,04
	MHP	17,76	17,82	20,71	13,65
	BDP	4,18	4,16	7,73	3,09

Kaynak: <http://www.yzk.gov.tr/>



## Yerel Seçimlerde Parçalanma, Oynaklık ve Etkin Parti Sayısı

Parçalanma değeri, seçmenler açısından yaşanan farklılaşmayı anlatmak için kullanılır. Kaç tane partinin seçimlerde kayda değer bir sonuç elde ettiğini yansıtır. Hesaplama için, seçimlerde partilerin elde ettikleri oy yüzdelerinin kareleri toplanır ve 1'den çıkarılır. Parçalanma değeri, 0 ile 1 arasında olabilir. Eğer tek bir parti tüm oyları alırsa bu değer 0'a eşit olurken, seçmen desteği alan partilerin sayısı arttıkça 1'e yakınsar (Rae, 1967: 49). Parçalanma değerinin formülü şu şekildedir:

$$\text{Parçalanma Değeri: } \{1 - \sum_N \text{Oy yüzdesi}^2\}$$

Oynaklık değeri ise, bir önceki seçimden bir sonraki seçime seçmenlerin ne kadarının oyunu değiştirdiğini gösterir. Bu değer de ancak 0 ile 1 arasında olabilir. Partilerin iki seçim arası oy farklarının mutlak değerleri toplanır ve ikiye bölünür. Eğer partilerin tümü bir önceki seçimde aldıkları oy oranlarının aynısını elde ederlerse bu değer 0'a eşit olur. Partilerin aldıkları oy oranları farklılaştıkça bu değer 1'e yakınsar (Pedersen, 1979). Oynaklık değerinin formülü şu şekildedir:

$$\text{Oynaklık Değeri: } \left\{ \left( \frac{1}{2} \right) \sum_N (|\text{Oy yüzdesi}_{i,t} - \text{Oy yüzdesi}_{i,t_1}|) \right\}$$

Etkin parti sayısı (EPS), Rae'nin parçalanma değerini daha net anlaşılır hale getirir. Bu sayının hesaplanması şöyle örneklendirilebilir: Eğer beş partinin her biri %20 oy alırsa, EPS tam olarak 5 olur (Parçalanma değeri=0,80). Eğer partilerin aldığı oy yüzdeleri birbirine denk olacak şekildeyse, EPS toplam parti sayısına yakınsar. Bu da, bu sayının alabileceği maksimum değer olur. Eğer bir partinin aldığı oy yüzdesi diğer

partilerden çok farklıysa EPS değeri düşer. Düşük EPS değeri, sistemi domine eden bir partinin varlığının işareti kabul edilir. EPS'nin formülü şu şekildedir:

$$EPS = \frac{1}{1 - (\text{Parçalanma Değeri})}$$

**Tablo 6: Yerel Seçimlerde Parçalanma, Oynaklık ve Etkin Parti Sayısı (1963-2014)**

Seçim Tarihi	Parçalanma	Oynaklık	Etkin Parti Sayısı
1963	0,65		2,9
1968	0,67	0,13	3,1
1973	0,74	0,24	3,8
1977	0,63	0,08	2,7
1984	0,74		3,9
1989	0,78	0,29	4,7
1994	0,83	0,18	6,2
1999	0,85	0,21	4,3
2004	0,76	0,48	4,3
2009	0,76	0,14	4,3
2014	0,70	0,05	3,3
<b>Ortalama</b>	<b>0,74</b>	<b>0,17</b>	<b>3,9</b>

### 3.2.1. 2009 Seçimleri

2009 Genel Mahalli İdareler seçimlerinde toplam 40.932.260 seçmen sandık başına gitmiştir. Yerel seçim olmasına rağmen seçimlere katılım oranı %85,19'dur. Seçim sonuçlarıyla ilgili olarak ilk göze çarpan nokta, 2002 yılından beri tek başına iktidar olan AKP'nin 2004 yerel seçimlerinde %41,7 olan oyunun %38,5'e gerilemesidir. Buna karşılık CHP, yerelde oy oranını %18,2'den %23,1'e yükseltmiştir. Benzer şekilde MHP de oyunu 5,5 puan arttırarak %16'lık oy oranına sahip olmuştur. DTP, %5,7'lık oy oranıyla seçim yarışında dördüncü sırada yer almıştır.

**Tablo 7: 29 Mart 2009 Yerel Seçim Sonuçları**

Parti Adı	Belediye Başkanlığı Seçimleri		Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimleri		İl Genel Meclisi Seçimleri	
	Oy Oranı (%)	Sandalye	Oy Oranı (%)	Sandalye	Oy Oranı (%)	Sandalye
AKP	38,64	1442	42,19	10	38,39	1889
CHP	24,70	503	32,43	3	23,08	612
MHP	16,50	483	12,37	1	15,97	414
SP	5,37	80	3,79	-	5,20	29
DTP	5,16	96	4,29	1	5,70	235
DP	3,62	148	0,99	-	3,84	45
DSP	2,87	60	2,10	1	2,85	26
BBP	1,19	20	0,64	-	2,36	18

**Kaynak:** Yüksek Seçim Kurulu, <ysk.gov.tr>.

### 3.2.2. 2014 Seçimleri

30 Mart 2014 Genel Mahalli İdareler seçimlerinde toplam 46.924.877 seçmen sandık başına gitmiştir. Katılım oranı, bir önceki yerel seçimlere göre yaklaşık 4 puan artarak %89,19 olmuştur. Seçim sonuçlarıyla ilgili olarak öne çıkan nokta, bir önceki seçime oranla seçime katılan parti sayısında görülen azalmadır. Bu durum, seçmenlerin seçilme olasılığı olmayan adaylara oy vermekten önemli ölçüde çekinerek seçim yarışında varlık gösterebilecek bir adaya yöneldiğinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Partilerin aldıkları oy oranları açısından bu seçimin değerlendirilmesi, tüm seçmenlerin oy attığı ortak bir seçim yarışı bulunmadığı için zordur. Önceki seçimlerde il genel meclisi oyu, ülke genelindeki tüm sandıklarda yapılan bir seçim olduğu için partilerin seçimlerde aldıkları oy oranı açısından veri olarak kabul edilirken seçim

kanununda yapılan değişlikle birlikte artık bu mümkün olmamaktadır. Yeni düzenlemeyle birlikte il genel meclisi seçimi, bu seçimlerde çok kısıtlı bölgelerde yapılmıştır<sup>20</sup>. Bu sebeplerden dolayı, tüm sandıkları kapsaması da belediye meclisi seçimleri partilerin performanslarını karşılaştırmak adına değerlendirilebilir. Bu seçimlerde AKP, CHP, MHP ve BDP oylarını arttırmıştır. Diğer yandan, SP, BBP, DP ve DSP seçim arenasından neredeyse silinmiştir. Bu sebeplerden dolayı, önerilen modelin uygulamasında önemli seçmen kitlelerine sahip partilere yönelik strateji senaryoları ve hipotezler belirtilecektir.

**Tablo 8:** 30 Mart 2014 Yerel Seçim Sonuçları

Parti Adı	Belediye Başkanlığı Seçimleri		Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimleri		Belediye Meclisi Seçimleri	
	Oy Oranı (%)	Sandalye	Oy Oranı (%)	Sandalye	Oy Oranı (%)	Sandalye
AKP	43,13	800	45,54	18	42,87	10530
CHP	26,45	226	31,04	6	26,34	4161
MHP	17,76	166	13,65	3	17,82	3501
BDP	4,18	97	3,09	2	4,16	1432
SP	2,84	27	1,66	-	2,84	411
HDP	2,01	-	2,34	-	2,12	9
BBP	1,42	6	0,71	-	1,51	165
HÜDAPAR	0,20	-	0,15	-	0,21	6

**Kaynak:** Yüksek Seçim Kurulu, <ysk.gov.tr>.

<sup>20</sup> 30 Mart 2014 il genel meclisi seçimleri sadece büyükşehir olmayan illerde gerçekleşmiştir. Toplam seçmen kitlesinin yaklaşık beşte birini kapsar.

### 3.3. Stratejik Oy Verme Senaryoları

#### 3.3.1. En Kötüden Kaçınma

En çok oyu alan adayın kazandığı çoğunlukçu esasa dayalı seçimlerde en çok tercih edilen partinin adayı seçimi önde götüren iki adaydan biri değilse ve yarışı önde götüren iki adaydan biri en kötü seçenek olarak görülüyorsa, en kötüden kaçınmak için onun karşısında yarışan adaya oy verme stratejisidir. Bu tip stratejinin uygulamaya geçilmesi için seçmenin, stratejik oy vereceği adaya ideolojik yakınlık hissedilmesi şart değildir.

#### Örnek 1:

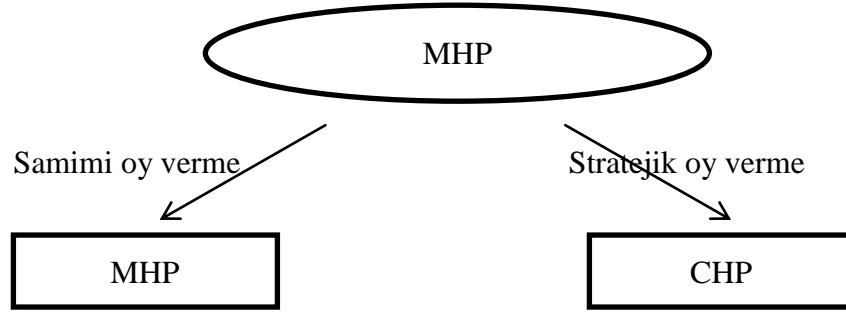
---

**Belediye Meclisi**

---

**Belediye Başkanlığı**

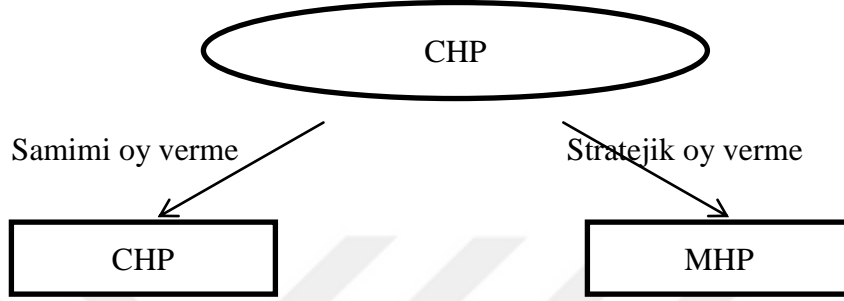
---



## Örnek 2:

Belediye Meclisi

Belediye Başkanlığı



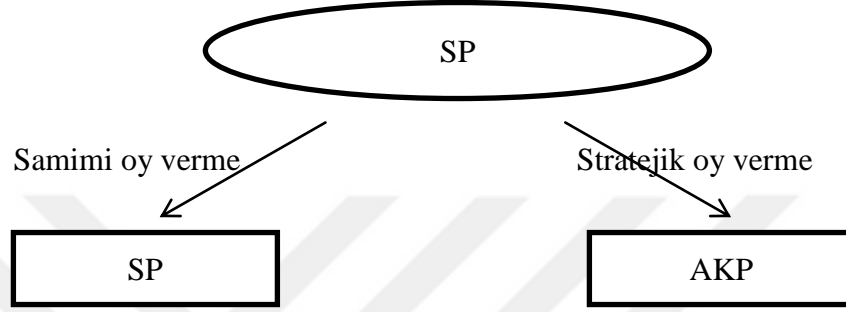
### 3.3.2. Oyunu Harcamaktan Kaçınma

En çok oyu alan adayın kazandığı seçimlerde küçük partilerin seçmenleri eğer oylarını harcamaktan kaçınarak ideolojik olarak kendilerine en yakın hissettikleri büyük partinin adayına oy veriyorlarsa bu oyunu harcamaktan kaçınma stratejisidir. Belediye meclisi seçimleri nispi temsil esasına dayalı olduğu için bu seçmenler bu seçimlerde samimi davranarak en çok tercih ettikleri küçük partiye oy verirler.

**Örnek 1:**

**Belediye Meclisi**

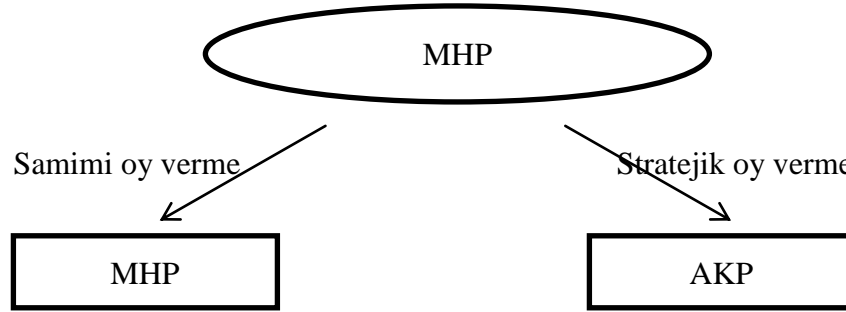
**Belediye Başkanlığı**



**Örnek 2:**

**Belediye Meclisi**

**Belediye Başkanlığı**



### 3.4. Hipotezler

**H<sub>1</sub>**:  $\frac{S}{F}$  oranı<sup>21</sup> 1'e yaklaştıkça stratejik oy verme davranışının görülme olasılığı azalır.

**H<sub>2</sub>**: Stratejik oy verme oranı büyükşehirlerde diğer illerden daha yaygındır.

**H<sub>3</sub>**: MHP seçmeni, stratejik oy kullanırken oyunu harcamaktan kaçınmak için ideolojik yakınlıktan ziyade en kötünden kaçınma stratejisini kurmaya eğilimlidir.

**H<sub>4</sub>**: CHP seçmeni, stratejik oy kullanırken oyunu harcamaktan kaçınmak için ideolojik yakınlıktan ziyade en kötünden kaçınma stratejisini kurmaya eğilimlidir.

**H<sub>5</sub>**: AKP, neredeyse tüm illerde başkanlık yarışını önde götüren iki adaydan birini çıkaran parti olması sebebiyle seçmeni samimi davranma eğilimindedir.

**H<sub>6</sub>** : 2009 seçimlerinde DTP'nin seçim yarışını önde götürdüğü seçim bölgelerinde, DTP'nin gücünü azaltmak isteyen ya da dengelemek isteyen seçmenlerin AKP'ye yönelik stratejik oy verme ihtimali artar.

**H<sub>7</sub>** : 2014 seçimlerinde BDP'nin seçim yarışını önde götürdüğü seçim bölgelerinde, BDP'nin gücünü azaltmak isteyen ya da dengelemek isteyen seçmenlerin AKP'ye yönelik stratejik oy verme ihtimali artar.

---

<sup>21</sup>**S**: Belediye başkanlığı seçimlerini üçüncü sırada bitiren adayın oy oranı ve **F**: Belediye başkanlığı seçimlerini ikinci sırada bitiren adayın oy oranıdır. Bu oranının nasıl hesaplandığı ve stratejik oy verme davranışını nasıl belirlediği ilerleyen bölümlerde anlatılacaktır.



$H_8$ : 2009 ve 2014 yerel seçimlerinde, oyunu harcamaktan kaçınmak için ideolojik açıdan yakın olan partiye yönelik stratejiden ziyade ‘en kötüden kaçınma’ stratejisi daha yaygındır.

### 3.5. EI Modelinin Yerel Seçimlere Uygulanması

Bu partiler, A ve B partileri olsun. Mahalli idareler için yapılan bu seçimde, seçmenler iki farklı oy kullanarak belediye başkanını ve belediye meclis üyelerini seçerler.

**Tablo 9:**  $i$  Numaralı Sandık İçin 2014 Mahalli İdareler Genel Seçim Sonucu

		Belediye Başkanlığı		
		A Partisi	B Partisi	
Belediye Meclisi	Oy Oranları (%)			
	A Partisi	$\beta_i^{A,A}$	$1 - \beta_i^{A,A}$	$X_i$
	B Partisi	$\beta_i^{B,A}$	$1 - \beta_i^{B,A}$	$1 - X_i$
		$T_i$	$1 - T_i$	

$i$  : Gözlemler kümesi elemanı ( $i = 1, \dots, p$ ).

Örneğin, her bir seçim sandığının kendine mahsus numarası.

$T_i$ : A Partisinin belediye başkanlığı için aldığı oy oranı.

$1 - T_i$ : B Partisinin belediye başkanlığı için aldığı oy oranı.

$X_i$ : A Partisinin belediye meclisi için aldığı oy oranı.

$1 - X_i$ : B Partisinin belediye meclisi için aldığı oy oranı.

Seçimlerde uygulanan gizli oy esaslı itibarıyla kutucukların içindeki değerler

bilinmemektedir. Diğer bir deyişle, tam olarak kaç tane seçmenin hem belediye meclisi hem belediye başkanlığı seçimleri için A Partisi tercih ettiği bilinemez.

$\beta_i^{A,A}$ : Hem belediye meclisi hem belediye başkanlığı seçimleri için A Partisine oy veren seçmen kesimi.

$\beta_i^{B,A}$ : Belediye meclisi seçimleri için B Partisine, belediye başkanlığı seçimleri için A Partisine oy veren seçmen kesimi.

$1 - \beta_i^{A,A} = \beta_i^{A,B}$ : Belediye meclisi seçimleri için A Partisine, belediye başkanlığı seçimleri için B Partisine oy veren seçmen kesimi.

$1 - \beta_i^{B,A} = \beta_i^{B,B}$ : Belediye meclisi seçimleri için B Partisine, belediye başkanlığı seçimleri için A Partisine oy veren seçmen kesimi.

$N_i$  :  $i$  numaralı sandıkta kullanılan geçerli oy sayısı.

$\mathbb{B}$  : Ağırlıklandırılmamış samimi ya da stratejik davranan seçmen kitlesinin ortalaması.

$\tilde{\mathbb{B}}$  : Hesaplanan samimi ya da stratejik davranan seçmen kitlesinin ortalaması değeri.

$E$  : Hesaplanan ortalama değeri.

$V$  : Hesaplanan varyans değeri.

$\rho$  : Korelasyon değeri.

Örneğin, belirtilen sandık için samimi ve stratejik seçmen kitleleri arasındaki korelasyon değeri.

$\bar{\rho}$  : Hesaplanan korelasyon değeri.

$\epsilon_i$  : Bağımlı değişken ile onun koşullu hesaplanan değeri arasındaki fark.

Örneğin, gerçekte o sandıktaki stratejik seçmen oranı ile hesaplanan stratejik seçmen oranı arasındaki fark.

$\psi$  : Kesikli ölçekte kesikli çoklu değişkenli normalin beş parametre vektörü.

$\tilde{\psi}$  : Hesaplanan kesikli ölçekte kesikli çoklu değişkenli normalin beş parametre vektörü.

$\sigma^2$  : Kesiksiz ölçekte bilinen  $X_i$  için  $T_i$ 'nin koşullu varyans değeri.

$\tilde{\sigma}^2$  : Kesiksiz ölçekte bilinen  $X_i$  için  $T_i$ 'nin hesaplanan koşullu varyans değeri.

$\phi_i$  : En güvenilir hesaplama için kesikli çoklu normalin beş parametresinin vektörü.

$\tilde{\phi}$  : Sonsal dağılımda  $\phi$  değerlerinden rastgele belirlenen bir değer.

$R(\tilde{\mathbb{B}}, \tilde{\Sigma})$  : Normalleştirme sabiti, kesiksiz normal dağılımda tam karenin üstünde kalan hacim değeri.

$P$  : Gözlem sayısı.

Örneğin, il seviyesinde analiz için o ildeki toplam sandık sayısı.

$\Sigma$  : Nihai kesikli ölçek üzerinde kesikli çoklu normal dağılımın varyans matrisi.

$\tilde{\Sigma}$  : Nihai kesiksiz ölçek üzerinde kesikli çoklu normal dağılımın varyans matrisi.

$T_i$  ve  $X_i$  değerleri seçim sonuçlarından kesin olarak bilinmesine rağmen,  $\beta_i^{A,A}$  ve

$\beta_i^{B,A}$  değerlerinin  $T_i$ <sup>22</sup> içinde,  $\beta_i^{A,A}$  değerinin  $X_i$  içinde ve  $\beta_i^{B,A}$  değerinin  $(1 - X_i)$  içinde ne ölçüde bulunduğu bilinmemektedir. Sonuç olarak, en basit haliyle problem, bu çarpaz tablonun hücrelerinin veri eksikliği sebebiyle tamamlanamamasıdır. Bu çalışmanın amacı, mevcut veriyi istatistiki yöntemlerle işleyerek gerçek bilgiye yakınsamaktır. Bunun için, bu tabloda yer alan  $\beta_i^{B,A}$  ve  $\beta_i^{A,A}$  bilinmezleri için ortalama ve standart sapma değerleri her bir sandık için ayrı ayrı hesaplanacaktır.

İzlenecek yol dört adımdan oluşmaktadır:

1.  $\beta_i^{A,A}$  tomografi haritasının üzerinde sandık seviyesinde  $\beta_i^{B,A}$  verisi gösterilecek,
2. Her bir sandık için  $\beta_i^{B,A}$  ve  $\beta_i^{A,A}$  değerlerine ait ortalama, standart sapma ve korelasyon değerleri belirlenecek. Bu değerler, kesikli çok değişkenli normal dağılım için parametreleri oluşturacak,
  - a.  $X_i$  değeri bilindiği için, ortalama değerler  $T_i$  tahmini değeri üzerinden hesaplanacak (bu değerler doğrusal bir düzende olduğu için regresyon ile hesaplanabilirler).
  - b. Standart sapma ve korelasyon değerleri doğrusal tahmini değerlerin etrafındaki heteroskedastisite (değişken varyans) örüntüsünden hesaplanacak.
3. Belirlenen kesikli çok değişkenli normal dağılım, tomografi haritasında ve üç boyutlu grafik üzerinde gösterilecek.
4. Tomografi haritaları çıkarıldıktan sonra, belirlenen sınırlar için kesikli çok değişkenli normal dağılımın istatistiki gücünden yararlanarak her bir sandık için  $\beta_i^{B,A}$  ve  $\beta_i^{A,A}$  değerleri hesaplanacak.

---

<sup>22</sup> $\beta_i^{A,A} + \beta_i^{B,A} = T_i$

- a. Belirlenen sınırlardan çıkarılan tek değişkenli dağılım tam olarak sonraki dağılımda elde edilecek ve bu  $\beta_i^{B,A}$  ve  $\beta_i^{A,A}$  değerlerinin gerçek yerini verecek.

**1. Adım:  $\beta_i^{A,A}$  tomografi haritasının üzerinde sandık seviyesinde  $\beta_i^{B,A}$  verisi gösterilmesi**

İlk olarak, sınırlar yöntemiyle kesin olarak bilinen deterministik bilgiyi kullanarak  $\beta_i^{B,A}$  ve  $\beta_i^{A,A}$  için tüm olası değerler belirlenir. Bunun altında yatan mantık şu şekilde örneklendirilebilir:

**Tablo 10:** *i* Nolu Sandık için 2014 Mahalli İdareler Genel Seçim Sonucu (2)

		Belediye Başkanlığı		
		A Partisi	B Partisi	
Belediye Meclisi	Oy Oranları (%)			
	A Partisi	$\beta_i^{A,A}$	$1 - \beta_i^{A,A}$	$X_i = 0,75$ (240)
	B Partisi	$\beta_i^{B,A}$	$1 - \beta_i^{B,A}$	$1 - X_i = 0,25$ (80)
		$T_i = 0,4$ (128)	$1 - T_i = 0,6$ (192)	

Diyelim ki bir sandıkta toplam 320 oy kullanılıyor. Sadece iki partinin yarıştığı belediye meclis üyeleri ve belediye başkanlığı seçimi yapılıyor. A Partisi, belediye başkanlığı için 128 oy (oyların %40'ı) ve belediye meclisi için 240 oy (oyların %75'i) alıyor. Bu haliyle, kaç kişinin hem belediye başkanlığı hem belediye meclisi için A Partisine oy verdiği bilinmemektedir. Fakat mevcut deterministik bilgi ile belediye meclis üyeleri seçiminde A Partisine oy vermiş bazı seçmenlerin, belediye başkanlığı

için yine A Partisine oy vermediği görülüyor. Bu durumda,  $\beta_i^{A,A}N_i$  değerinin 240 ve 128 oya katkısı bilinmiyor. Fakat  $\beta_i^{A,A}$  değerinin en fazla 128 ve en az 48 olabileceği söylenebilir (çünkü  $\beta_i^{B,A}$  değeri en fazla 80 olabilir)<sup>23</sup>. Sonuç olarak, %100 güven aralığında gerçek değer 48 ile 128 arasında bir yerde olduğu kesin olarak söylenebilir<sup>24</sup>.

Sınırlar yöntemi sayesinde bu örnekte görüldüğü gibi gerçek değer yer alabileceği bölge deterministik olarak belirlenebilmektedir. Neticesinde,  $\beta_i^{A,A}$  değeri (hem belediye meclisi hem belediye başkanlığı seçimleri için A Partisine oy veren seçmen kesimi)  $0,2\left(\frac{48}{240}\right)$  ile  $0,533\left(\frac{128}{240}\right)$  değerleri arasında olmalıdır (Duncan & Davis, 1953). Bu durum şöyle formüleleştirilebilir:

$$\beta_i^{A,A} \in \left[ \max\left(0, \frac{T_i - (1 - X_i)}{X_i}\right), \min\left(\frac{T_i}{X_i}, 1\right) \right] \quad (1)$$

Bu örnek için şu şekildedir:

$$\beta_i^{A,A} \in \left[ \max\left(0, \frac{0,4 - 0,25}{0,75}\right), \min\left(\frac{0,4}{0,75}, 1\right) \right] = [0,2, 0,533]$$

$\beta_i^{B,A}$  değerine ait sınırları belirlemek için:

$$\beta_i^{B,A} \in \left[ \max\left(0, \frac{T_i - X_i}{1 - X_i}\right), \min\left(\frac{T_i}{1 - X_i}, 1\right) \right] \quad (2)$$

EI modeline göre  $\beta_i^{B,A}$  ve  $\beta_i^{A,A}$  değerleri bir şekilde birbiriyle ilişkilidir. Bu ilişkiyi ortaya çıkarabilmek için Goodman Regresyonu'ndan yararlanılır. Goodman'ın

<sup>23</sup> A partisi 0 oy almış olamaz çünkü  $\beta_i^{B,A}N_i$  ve  $\beta_i^{B,B}N_i$  değerlerinin toplamı 80 etmektedir.  $\beta_i^{A,A}N_i$  değerini minimize etmek için  $\beta_i^{B,A}N_i$  değeri maksimize edilmelidir. Bu değer, en fazla 80 olabileceği için  $\beta_i^{A,A}N_i$  için 48 oy olabilir.

<sup>24</sup> Belediye başkanlığı için A partisine oy verenlerin, belediye meclisi seçimi için de A partisine oy verdiği varsayılmaktadır.

yaklaşımı şu şekilde formüle edilebilir:

$$T_i = X_i \beta_i^{A,A} + (1 - X_i) \beta_i^{B,A} \quad (3)$$

Bu regresyon, A partisinin belediye başkanlığı seçimleri için var olan popülerliği üzerinde A partisinin ( $X_i$ ) ve B Partisinin ( $1 - X_i$ ) belediye meclis üyeleri seçimleri için var olan popülerliğinin etkisini analiz eder. King,  $\beta_i^{B,A}$  ve  $\beta_i^{A,A}$  değerleri arasındaki ilişkinin daha net görülebilmesi için formülü yeniden düzenler:

$$\beta_i^{B,A} = \left( \frac{T_i}{1 - X_i} \right) - \beta_i^{A,A} \left( \frac{X_i}{1 - X_i} \right)$$

Tüm bunların sonucunda,  $\beta_i^{B,A}$  ve  $\beta_i^{A,A}$  değerleri için makul güven aralıkları elde edilmiş olur ve  $\beta_i^{A,A}$  değerlerinin  $\beta_i^{B,A}$  değerleri ile ne ölçüde ilişkili olduğu bilinir hale gelir.  $\beta_i^{B,A}$  değeri üzerinden  $\beta_i^{A,A}$  değerinin bulunması mantığı örnek üzerinde işletilince, bu iki değer ilişkili olduğu görülür<sup>25</sup>.

$$\beta_i^{B,A} = \left( \frac{0,4}{1 - 0,75} \right) - \beta_i^{A,A} \left( \frac{0,75}{1 - 0,75} \right) = 1,6 - 3\beta_i^{A,A}$$

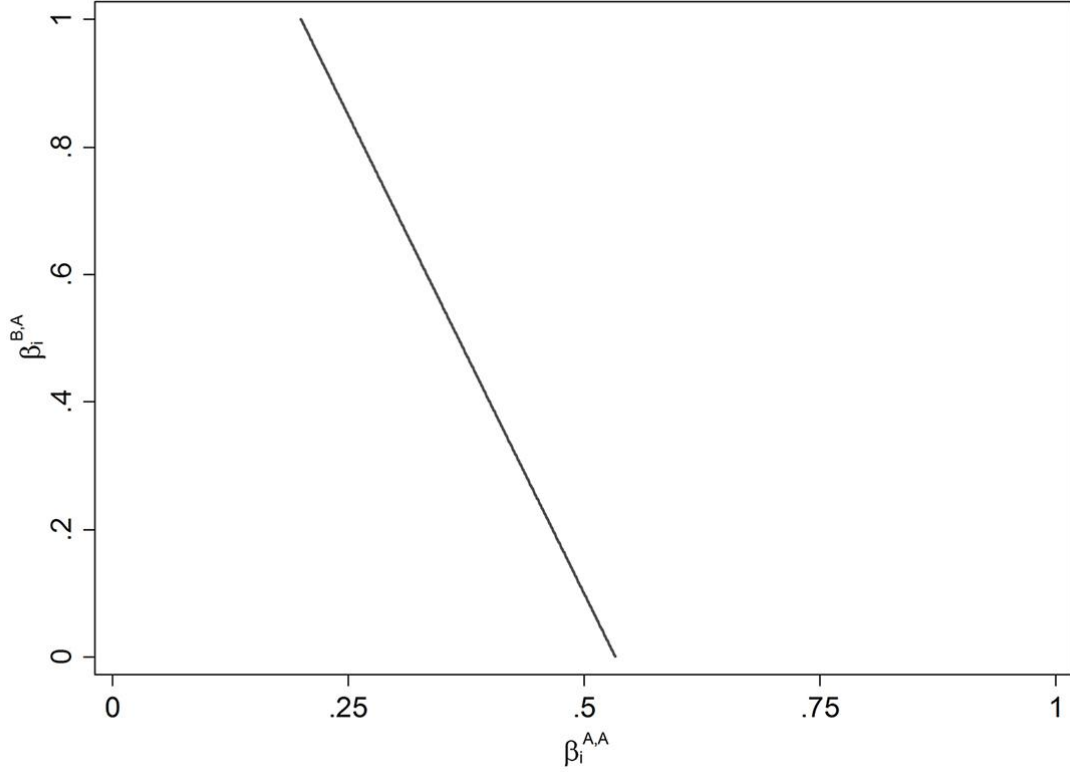
Önceki hesaplamalarda ayrıca  $\beta_i^{A,A} \in [0,2, 0,533]$  olduğu bilinmektedir<sup>26</sup>. Sonuç olarak, bu sınırları kullanarak  $\beta_i^{B,A}$  için kabul edilebilir bir değerler aralığı üretilebilir.  $\beta_i^{B,A} = 1,6 - 3\beta_i^{A,A}$  formüle yerleştirildiğinde aşağıdaki tomografi haritası elde edilmektedir.

---

<sup>25</sup>Hatırlatma:  $T_i = 0,4$  ve  $X_i = 0,75$

<sup>26</sup> Mantık olarak belirtilen bu aralıkların dışındaki değerlerin  $\beta_i^{B,A}$  için 0'dan küçük veya 1'den büyük sonuçlar üreteceği beklenmektedir.

**Grafik 1:**  $\beta_i^{B,A}$  ve  $\beta_i^{A,A}$  Değerleri için Tomografi Haritası



Bu tomografi haritasında gösterilen doğru, tahmini değerlerin var olabileceği yeri göstermektedir. Bu değerler, tomografi haritasının tamamından ziyade sadece bu çizilen doğru üzerinde olabileceği için, bu yöntem tahmini değerler için var olan bilgimizi ciddi derecede arttırmaktadır. İstatistiki yöntemler sayesinde, artık  $\beta_i^{B,A}$  ve  $\beta_i^{A,A}$  değerlerinin haritada çizilen doğru üzerinde olduğu bilinmektedir. Bu bilgiyi bir adım daha öteye taşımak için, bu doğru üzerinde bu değerlerin dağılımı da bilinebilir. Bu doğru üzerinde oluşturulacak bir histogram sayesinde her bir  $\beta_i$  için ortalama değeri ve bu ortalamalar için belirsizlik katsayısı elde edilebilir. Bu çalışmanın yöntem bölümünün ikinci amacı, bu bilgiye ulaşmak olacaktır.



**2. Adım: Her bir sandık için  $\beta_i^{B,A}$  ve  $\beta_i^{A,A}$  değerlerine ait ortalama, standart sapma ve korelasyon değerlerinin hesaplanması**

Bu modelin işleme mantığına geçmeden önce bazı değerlere ait hesaplamaların yeniden tanımlanması gerekmektedir:

$$\mathbb{B}^{B,A} = \frac{\sum_{i=1}^p \beta_i^{B,A}}{\rho} \text{ ve } \mathbb{B}^{A,A} = \frac{\sum_{i=1}^p \beta_i^{A,A}}{\rho}$$

$\mathbb{B}^{B,A}$  ve  $\mathbb{B}^{A,A}$ ,  $\beta_i^{B,A}$  ve  $\beta_i^{A,A}$  değerlerine ait ağırlıklandırılmamış ortalamalardır. Eğer sandık başına atılan oy sayısı tam olarak aynı ise, bu ortalama daha çok yarar sağlar (örneğin, her sandık için 320 oy).  $\mathbb{B}^{B,A}$ ,  $\rho$  sayıda sandığı olan bir mahalle için  $\beta_i^{B,A}$  değerinin basit ortalamasıdır.

$$\mathbb{B}^{B,A} = \frac{\sum_{i=1}^p N_i^{B,A} \beta_i^{A,A}}{N^{B,A}} \text{ ve } \mathbb{B}^{A,A} = \frac{\sum_{i=1}^p N_i^{A,A} \beta_i^{A,A}}{N^{A,A}}$$

$\mathbb{B}^{B,A}$  ve  $\mathbb{B}^{A,A}$ ,  $\beta_i^{B,A}$  ve  $\beta_i^{A,A}$  değerlerine ait ağırlıklandırılmış ortalamalardır. Örneğin,  $\mathbb{B}_i^{B,A}$  belediye meclisi seçimi için B Partisine ve başkanlık seçimi için A partisine oy veren kesime ait ilçe bazında belirtmektedir. Devam eden işlemde, belirtilen beş parametre (ortalamalar, standart sapmalar ve sandıklar arası korelasyon değerleri) hesaplanır.

$$\mathbb{B} = \begin{pmatrix} \mathbb{B}^{A,A} \\ \mathbb{B}^{B,A} \end{pmatrix} \text{ ve } \Sigma = \begin{pmatrix} \sigma_{A,A}^2 & \sigma_{A,A;B,A} \\ \sigma_{A,A;B,A} & \sigma_{B,A}^2 \end{pmatrix}$$

Seçim bölgesi parametreleri ile onların ortalamaları arasındaki ilişki şu şekildedir:

$$\beta_i^{B,A} = E[\beta_i^{B,A}] + \epsilon_i^{B,A} = \mathbb{B}^{B,A} + \epsilon_i^{B,A} \quad (4)$$

$$\beta_i^{A,A} = E[\beta_i^{A,A}] + \epsilon_i^{A,A} = \mathbb{B}^{A,A} + \epsilon_i^{A,A} \quad (5)$$

$\beta_i^{B,A}$  değeri, basit ağırlıklandırılmamış ortalama ( $\mathbb{B}^{B,A}$ ) çevresinde bir dağılıma sahiptir. Eşitlik tekrar hatırlanacak olursa:

$$T_i = X_i \beta_i^{A,A} + (1 - X_i) \beta_i^{B,A}$$

4. ve 5. eşitlikteki  $\beta_i^{B,A}$  ve  $\beta_i^{A,A}$  değerleri bu eşitlikte yer değiştirilir:

$$\epsilon_i = X_i \epsilon_i^{A,A} + (1 - X_i) \epsilon_i^{B,A} \text{ olduğu için;}$$

$$T_i = X_i [\mathbb{B}^{A,A} + \epsilon_i^{A,A}] + (1 - X_i) [\mathbb{B}^{B,A} + \epsilon_i^{B,A}]$$

$$T_i = X_i \mathbb{B}^{A,A} + (1 - X_i) \mathbb{B}^{B,A} + \epsilon_i$$

1. Bağımlı değişkenin ortalama fonksiyonu şu şekildedir:

$$E[T_i | X_i] = X_i \mathbb{B}^{A,A} + (1 - X_i) \mathbb{B}^{B,A}$$

$$E[T_i | X_i = 1] = \mathbb{B}^{A,A}$$

$$E[T_i | X_i = 0] = \mathbb{B}^{B,A}$$

2. Varyans değeri şöyle hesaplanmaktadır:

$$V[T_i | X_i] = V[\epsilon_i | X_i]$$

$$V[T_i | X_i] = \sigma_{A,A}^2 X_i^2 + \sigma_{B,A}^2 (1 - X_i)^2 + \sigma_{A,A,B,A} 2X_i(1 - X_i)$$

$$V[T_i | X_i = 1] = \sigma_{A,A}^2$$

$$V[T_i|X_i = 0] = \sigma_{B,A}^2$$

3. Korelasyon değeri ise şöyle hesaplanmaktadır:

$$\rho = \frac{\sigma_{A,A;B,A}}{\sigma_{A,A}\sigma_{B,A}}$$

Heteroskedastisitenin  $X_i$  arttıkça daralması örüntüsü, kovaryans terimi ile sağlanır.

Örneğin;

$$V[T_i|X_i = 0,5] = \sigma_{A,A}^2 0,25 + \sigma_{B,A}^2 0,25 + \sigma_{A,A;B,A} 2 * 0,25$$

$$V[T_i|X_i = 0,5] = \frac{\sigma_{A,A}^2 + \sigma_{B,A}^2 + 2\sigma_{A,A;B,A}}{4}$$

### 3. Adım: Kesikli Çok Değişkenli Normal Dağılımın Elde Edilmesi

Sandıklar arası ortalama, standart sapma ve korelasyon değerleri hesaplandıktan sonra bu değerler, kesikli çok değişkenli normal dağılımın parametreleri olarak kullanılır. Bu parametreler  $\psi$  vektörü altında toplanır.

$$\psi = \{\mathbb{B}^{A,A}, \mathbb{B}^{B,A}, \sigma_{A,A}^2, \sigma_{B,A}^2, \rho\} = \{\mathbb{B}, \Sigma\}$$

Fakat  $\psi$  vektörünün doğrudan matematiksel hesaplamalarda kullanılması zordur.  $\psi$  yerine kesikli çok değişkenli normal dağılımın beş parametresini temsilen  $\check{\psi}$  kullanılır. Eşitlik yeniden düzenlenir.

$$\check{\psi} = \{\check{\mathbb{B}}^{A,A}, \check{\mathbb{B}}^{B,A}, \check{\sigma}_{A,A}^2, \check{\sigma}_{B,A}^2, \check{\rho}\} = \{\check{\mathbb{B}}, \check{\Sigma}\}$$

Ayrıca  $\check{\psi}$  'nin kullanılması da simülasyonlarda sorun doğurur ve olabilirliğin maksimize edilmesi için şu şekilde yeniden parametrize edilir:

$$\phi_1 = \frac{\check{\mathbb{B}}^{A,A} - 0,5}{\check{\sigma}_{A,A}^2 + 0,25}$$

$$\phi_2 = \frac{\check{\mathbb{B}}^{B,A} - 0,5}{\check{\sigma}_{B,A}^2 + 0,25}$$

$$\phi_3 = \ln(\check{\sigma}_{A,A})$$

$$\phi_4 = \ln(\check{\sigma}_{B,A})$$

$$\phi_5 = 0,5 \ln\left(\frac{1 + \check{\rho}}{1 - \check{\rho}}\right)$$

Bu durumda, hesaplamalar için en güvenilir ölçüğe ulaşılmış olur:

$$\boldsymbol{\phi} = \{\phi_1, \phi_2, \phi_3, \phi_4, \phi_5\}$$

İlk olarak  $\boldsymbol{\phi}$  hesaplanır ve  $\check{\boldsymbol{\psi}}$  'ye çevrilir.  $\check{\boldsymbol{\psi}}$  değerinin kesikli çok değişkenli normal dağılımında işleme sokulmasından elde edilecek simülasyonla  $\boldsymbol{\beta}_i^{B,A}$  ve  $\boldsymbol{\beta}_i^{A,A}$  değerleri elde edilir.

Kesikli çok değişkenli normal dağılımı değerlendirilir:

$$TN(\boldsymbol{\beta}_i^{B,A}, \boldsymbol{\beta}_i^{A,A} | \check{\mathbb{B}}, \check{\boldsymbol{\Sigma}}) = N(\boldsymbol{\beta}^{B,A}, \boldsymbol{\beta}^{A,A} | \check{\mathbb{B}}, \check{\boldsymbol{\Sigma}}) \frac{\mathbf{1}(\boldsymbol{\beta}_i^{B,A}, \boldsymbol{\beta}_i^{A,A})}{R(\check{\mathbb{B}}, \check{\boldsymbol{\Sigma}})}$$

$$N(\boldsymbol{\beta}_i^{B,A}, \boldsymbol{\beta}_i^{A,A} | \check{\mathbb{B}}, \check{\boldsymbol{\Sigma}}) = \frac{1}{2\pi\sqrt{\check{\boldsymbol{\Sigma}}}} \exp\left(-\frac{1}{2}(\boldsymbol{\beta}_i - \check{\mathbb{B}})^T \check{\boldsymbol{\Sigma}}^{-1}(\boldsymbol{\beta}_i - \check{\mathbb{B}})\right)$$

- Eğer  $\boldsymbol{\beta}_i^{B,A} \in [0,1]$  ve  $\boldsymbol{\beta}_i^{A,A} \in [0,1]$  ise  $\mathbf{1}(\boldsymbol{\beta}_i^{B,A}, \boldsymbol{\beta}_i^{A,A})$  belirtici fonksiyonu 1'e eşittir, eğer değilse 0'a eşittir.

- $R(\mathbb{B}, \mathbb{\Sigma})$ , çok değişkenli normalin altındaki hacim, normalizasyon faktörüdür.

$$R(\mathbb{B}, \mathbb{\Sigma}) = \int_0^1 \int N(\boldsymbol{\beta}^{B,A}, \boldsymbol{\beta}^{A,A} | \mathbb{B}, \mathbb{\Sigma}) d\boldsymbol{\beta}^{B,A} d\boldsymbol{\beta}^{A,A}$$

$\hat{\boldsymbol{\psi}}$ 'den  $\boldsymbol{\psi}$ 'a geri dönmek için  $TN(\boldsymbol{\beta}_i^{B,A}, \boldsymbol{\beta}_i^{A,A} | \mathbb{B}, \mathbb{\Sigma})$ 'dan 1000 tane değer çekilir.

$\mathbb{B}$ 'nin üretilmesi için  $\boldsymbol{\beta}_i^{B,A}$  değerinin ortalaması ve  $\mathbb{\Sigma}$  için varyans alınır.

#### 4. Adım: Her bir sandık için $\boldsymbol{\beta}_i^{B,A}$ ve $\boldsymbol{\beta}_i^{A,A}$ değerlerinin hesaplanması

Sınırları gösteren tomografi haritası üzerinden kesikli çok değişkenli normal dağılımdan yararlanarak  $\boldsymbol{\beta}_i^{B,A}$  ve  $\boldsymbol{\beta}_i^{A,A}$  değerleri hesaplanacaktır. İlk olarak, sandık seviyesinde ilgili parametreler belirlenir:

$$P(\boldsymbol{\beta}_i^{A,A} | T_i, \tilde{\boldsymbol{\psi}}) = TN\left(\boldsymbol{\beta}_i^{A,A} \left| \mathbb{B}_{A,A} + \frac{\omega_i}{\sigma_i^2} \boldsymbol{\epsilon}_i, \tilde{\sigma}_{A,A} - \frac{\omega_i^2}{\sigma_i^2}\right.\right)$$

$$P(\boldsymbol{\beta}_i^{A,A} | T_i, \tilde{\boldsymbol{\psi}}) = N\left(\boldsymbol{\beta}_i^{A,A} \left| \mathbb{B}_{A,A} + \frac{\omega_i}{\sigma_i^2} \boldsymbol{\epsilon}_i, \tilde{\sigma}_{A,A} - \frac{\omega_i^2}{\sigma_i^2}\right.\right) \frac{1(\boldsymbol{\beta}_i^{A,A})}{S(\mathbb{B}, \mathbb{\Sigma})}$$

1.  $\boldsymbol{\phi}$ 'nin sonsal dağılımından  $P(\boldsymbol{\beta}_i^{A,A} | T)$  bir değer çekilir ve  $\tilde{\boldsymbol{\phi}}$  olarak adlandırılır.
2. Kesiksiz örnekleme  $\tilde{\boldsymbol{\phi}}$  yeniden parametreleştirilir. Sonucunda,  $\tilde{\boldsymbol{\psi}}$ 'nin simüle değerlerinden biri olan  $\tilde{\boldsymbol{\psi}}$  üretilmiş olur.

3.  $\tilde{\boldsymbol{\psi}}$ ,  $\boldsymbol{\beta}_i^{A,A}$  değerinin koşullu sonsal dağılımına yerleştirilir ve sonucunda formül  $P(\boldsymbol{\beta}_i^{A,A} | T_i, \tilde{\boldsymbol{\psi}})$  olur ve raslantısal olarak  $\tilde{\boldsymbol{\beta}}_i^{A,A}$ 'dan bir değer çekilir.

Son olarak, Figür 1'de yer alan doğru, tüm haritadan çıkarılır. Bu doğru, iki boyutludur ve üç boyutlu kesikli normal dağılımdan gelen kendi hacmine sahiptir.

İl seviyesinde parametrelerin belirlenmesi için şu adımlar izlenir:

1. Her bir sandık için  $\tilde{\beta}_i^{A,A}$  değeri belirlenir.

2. Bu değerlerden  $\tilde{\mathbb{B}}^{A,A} = \frac{\sum_{i=1}^p N_i^{A,A} \tilde{\beta}_i^{A,A}}{N^{A,A}}$  'ne ait simülasyonlar üretilir ve

değerlerin ortalaması ile standart sapması bulunur.

**Tablo 11: Çok Partili Seçimler İçin  $\beta^i$  Hesaplaması**

	<i>AKP</i>	<i>CHP</i>	<i>MHP</i>	<i>BDP</i>	<i>Diğer</i>	
<i>AKP</i>	$\beta_{11}^i$	$\beta_{12}^i$	$\beta_{13}^i$	$\beta_{14}^i$	$1 - \sum_{c=1}^4 \beta_{1c}^i$	$X_1^i$
<i>CHP</i>	$\beta_{21}^i$	$\beta_{22}^i$	$\beta_{23}^i$	$\beta_{24}^i$	$1 - \sum_{c=1}^4 \beta_{2c}^i$	$X_2^i$
<i>MHP</i>	$\beta_{31}^i$	$\beta_{32}^i$	$\beta_{33}^i$	$\beta_{34}^i$	$1 - \sum_{c=1}^4 \beta_{3c}^i$	$X_3^i$
<i>BDP</i>	$\beta_{41}^i$	$\beta_{42}^i$	$\beta_{43}^i$	$\beta_{44}^i$	$1 - \sum_{c=1}^4 \beta_{4c}^i$	$X_4^i$
<i>Diğer</i>	$\beta_{51}^i$	$\beta_{52}^i$	$\beta_{53}^i$	$\beta_{54}^i$	$1 - \sum_{c=1}^4 \beta_{5c}^i$	$X_5^i$
	$T_{1i}$	$T_{2i}$	$T_{3i}$	$T_{4i}$	$1 - \sum_{c=1}^4 \beta_{ci}^i$	

### 3.6. Veri

Veri olarak, Yüksek Seçim Kurulu (YSK) tarafından sağlanan sandık bazlı resmi seçim sonuçları kullanılmaktadır. Sandık bazlı seçim sonuçları 2009 ve 2014 Mahalli İdareler Seçimi, 2010 Halkoylaması, 24. ve 25. Dönem Milletvekili Genel Seçimi ve 12. Cumhurbaşkanlığı Seçimi için erişime açıktır. Görünürde her ne kadar bu sonuçlar internet üzerinden herkesin erişime açık olsa da bilgiye ulaşma sürecinde birçok sorunla karşılaşmaktadır. Bu sorunlardan ilki, sandık bazlı sonuçlara ulaşılması için her ilin her ilçesi için ayrı ayrı sorgulama yapılması gerekmesidir. Türkiye'deki 81 il ve bu illerdeki toplam ilçe sayısının 919 olduğu düşünülünce tek tek sorgulama yapılması hiç ara

vermeden yapılırsa dahi günlerce sürecektir. Ayrıca, indirilen bu dosyalar arasında uyumsuzluklar vardır. Partilerin diziliş sırası ilçeden ilçeye farklılık göstermektedir. Partilere ait seçim sonuçlarının doğru kolonlara eklenebilmesi için indirilen her ilçe sonucu için tek tek gerekli düzeltmeler yapılmalıdır. Eldeki veri büyüdükçe bu tip işlemleri bilgisayar üzerinden yapmak güçleşmektedir. Hatta ortalama bir internet kullanıcısı düşünülürken bu kadar çok işlemin gerçekleştirilmesi hem zaman açısından hem de bilgisayar gücü açısından imkansızlaşmaktadır. Bunların yanında, yerel seçimlerde dört farklı oy kullanıldığı için (belediye başkanlığı, il genel meclisi, büyükşehir belediye başkanlığı, belediye meclis üyeliği seçimleri) bu işlemlerin dört defa ayrı ayrı yapılması gerekmektedir. Tüm bu güçlüklerin yanında, YSK internet sayfasının sıklıkla hata vermesi başlı başına bir sorundur.

Bu güçlükleri yenmek için bu çalışmada kullanılan veri Python 3.4.2 programıyla otomatik olarak indirilmiştir. Otomatik çalışan bir program olmasına rağmen internet sayfasının sık sık hata vermesi yapılan işlemlerin kesintiye uğramasına yol açmıştır. Bu program kullanılarak verilerin elde edilmesi kapanmadan çalışan bir bilgisayarla bir aya yakın sürmüştür. King'in, EI modeli için herkesin erişimine açtığı paket programı, 2009 ve 2014 yerel seçimlerinde stratejik davranışın analizi için R 3.1.0 programı kullanılarak işletilmiştir<sup>27</sup>.

---

<sup>27</sup> Kullanılan R kodu, EK – 3'te verilmiştir. King'in EI modeli için hazırladığı paket program hakkında daha fazla bilgi için: <http://gking.harvard.edu/eiR>

Bu çalışmanın sonuçları birden fazla şekilde tablolaştırılabilir. Örneğin, Ankara ili örneğinde büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinde partilerin aldıkları oy yüzdelerinin hangi partilerden geldiği şöyle gösterilebilir:

**Tablo 12:** 2014 Ankara Büyükşehir Belediye Oy Dağılımı

Parti Adı	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	40,81	0,02	1,19	42,4
CHP	0,00	31,84	0,01	31,9
MHP	2,30	7,35	6,94	17,3
BBP	1,98	1,49	0,09	4,9
HDP	0,04	0,04	0,01	1,1
SP	0,50	0,01	0,05	0,8
Oy Oranı (Bel. Baş.)	44,61	43,83	7,88	

Bu tablo şöyle okunabilir: AKP, toplamda % 44,61’lik oyunun % 40,81’lik kısmını yine kendi seçmeninden, % 2,3’lük kısmını MHP seçmeninden, %1,98’ini BBP seçmeninden, %0,5’lik kısmını SP seçmeninden ve son olarak % 0,04’lük kısmı HDP seçmeninden almıştır. Burada şöyle bir sorun yaşanmaktadır: Örneğin, BBP seçmeninin AKP’nin büyükşehir belediye başkanlığı adayına yaptığı % 1,98’lik, kendi oy potansiyeli düşünüldüğünde ne derece önemli bir katkı olduğu net bir şekilde görülememektedir. Bu çalışmanın amacı stratejik oy verme büyüklüğünü partilerin oy güçlerine oranlı olarak ele almak olduğu için bu şekilde tablolaştırmak tercih edilmemiştir.

Bu çalışmanın amacı, büyükşehir ve il belediye başkanlığı seçimlerinde kullanılan stratejik oyların, partilerin oy güçleriyle orantılı şekilde yansıtılmasıdır. Stratejik oyun büyüklüğü ekolojik çıkarım yöntemiyle bulunduğu için, bu değerler belirli güven aralıklarının içinde yer alır. Tablolaştırma, okuyucunun bu güven



aralıklarını görebileceği şekilde düzenlendiğinde kalabalık ve okunması güç bir görüntü meydana getirdiği için bu şekilde tablolaştırmak tercih edilmemiştir.

**Tablo 13:** 2014 Ankara Büyükşehir Belediye Oy Dağılımı (2)

Parti Adı	AKP		CHP		MHP		Oy Oranı (Bel. Mec.)
	$\beta$	$\sigma$	$\beta$	$\sigma$	$\beta$	$\sigma$	
AKP	40,81	0,01	0,02	0,00	1,19	0,00	42,4
CHP	0,00	0,03	31,84	0,05	0,01	0,01	31,9
MHP	2,30	0,00	7,35	0,00	6,94	0,01	17,3
BBP	1,98	0,02	1,49	0,01	0,09	0,07	4,9
HDP	0,04	0,00	0,04	0,00	0,01	0,03	1,1
SP	0,50	0,07	0,01	0,03	0,05	0,01	0,8
Oy Oranı (Bel. Baş.)	44,61		43,83		7,88		

Güven aralıklarının dahil edildiği tablo okumayı zorlaştırdığı için bu çalışmada sadece tahmini değerlerin ortalaması belirtilerek tablolar hazırlanmıştır. Aşağıda bir örneği görülen tabloda, 2014 Ankara Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimi için stratejik oy oranları yer almaktadır.

**Tablo 14:** 2014 Ankara Büyükşehir Belediye Oy Dağılımı (3)<sup>28</sup>

Parti Adı	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	96,25	0,05	2,81	42,4
CHP	0,01	99,82	0,02	31,9
MHP	<b>13,31</b>	<b>42,51</b>	40,14	17,3
BBP	<b>40,40</b>	<b>30,37</b>	1,90	4,9
HDP	3,92	3,89	0,74	1,1
SP	<b>62,76</b>	1,53	6,41	0,8
Oy Oranı (Bel. Baş.)	44,61	43,83	7,88	

<sup>28</sup> Koyu yazılan sayılar, stratejik oy verme davranışının görüldüğünü işaret etmektedir.

Bu tablo Şu Şekilde okunmalıdır: Stratejik oy verme senaryolarından biri olan oyunu harcamaktan kaçınma senaryosunun, MHP, SP ve BBP seçmeni için geçerli olduğu görülmektedir. Bu senaryoya göre, en çok oyu alan adayın kazandığı seçimlerde seçim yarışında ilk ikinci sırada adayı bulunmayan partilerin seçmenleri, oylarını harcamaktan kaçınarak ideolojik olarak kendilerine en yakın hissettikleri başka bir partinin adayına oy verirler. SP seçmeninin %62,76'lık bir seçmen kesimi, BBP seçmeninin %40,40'lık kesimi ve MHP seçmeninin %13,31'lik kesimi AKP'nin adayına destek vermiştir.

2014 yerel seçimlerinde kurulabilecek diğer strateji, en kötüden kaçınma senaryosudur. Buna göre, en çok oyu alan adayın kazandığı seçimlerde en çok tercih ettiği partinin adayı seçimi nde götüren iki partiden biri değilse, en kötüden kaçınmak için onun karşısında yarışan adaya oy verme stratejisidir. Ankara özelinde bakıldığında, byŐehir belediye başkanlığı için MHP'nin seçim yarışında nc sırada olduğu görülür. Strateji senaryosuna göre, MHP seçmeninin bir bölümü AKP'den kaçınmak için CHP'nin adayına stratejik oy verebilir. Bu tabloda, MHP seçmeninin %42,51 ve BBP seçmeninin %30,37'lik kesiminin CHP'nin adayına yönelik stratejik oy verdiği görülmektedir. Dolayısıyla, BBP ve MHP'nin kurulabilecek her iki senaryoyu da uygulayan, bölünmüş seçmen profiline sahip olduğu söylenebilir.

Mahalli idareler genel seçimlerinin ekolojik çıkarım yöntemiyle sonuçlarının analizi bu bölümde açıklanacaktır. Belediye meclisi seçimlerinde<sup>29</sup> il bazında %10

---

<sup>29</sup> Stratejik oy verme davranışı analizinin için yerel seçimlerde belediye başkanlığı seçimiyle aynı zamanda yapılan fakat nispi temsil esaslarına göre üyelerin seçildiği bir seçim üzerinden karşılaştırma

barajını geçemeyen partiler değerlendirmeye dahil edilmemiştir. İki sebepten dolayı böyle hareket edilmiştir; ilk olarak bu partilerin oy oranları düşük olduğu için ekolojik çıkarımda hata payı geniş olmaktadır. İkinci olarak, bu sayede stratejik oy vermesi seçim sonuçları üzerinde önemli bir etkiye sahip olacak partilerin seçmenlerinin tercihleri daha açık görülebilir hale gelmiştir.

### **3.7. EI Modelinin Örnek Uygulamaları**

EI modelinin nasıl işlediğine örnek olması açısından stratejik oy verme davranışının görüldüğü ve en küçük seçim bölgesine sahip şehir olması sebebiyle Ardahan ili ve stratejik oy vermenin seçimin sonucunu değiştirdiği bir büyükşehir olan Hatay ili seçilmiştir.

#### **3.7.1. Ardahan Örneği**

Aşağıdaki tabloda 2014 yerel seçimlerinde Ardahan ilinde alınan AKP, CHP, MHP, DP ve BDP'nin belediye başkanlığı ve belediye meclisi seçim sonuçları yer almaktadır. Seçim, toplam 45 sandıkta gerçekleşmiştir. İl toplamında belediye başkanlığı seçimi için AKP, CHP ve DP'nin belediye meclisi seçim sonuçlarına kıyasla oylarını arttırdıkları görülür. MHP ve BDP ise, başkanlık seçiminde oy kaybı yaşamıştır. Ekolojik çıkarım yöntemi uygulanmadan il bazlı analiz yapıldığında MHP ve BDP'nin yaşadığı oy kaybının yönü ve büyüklüğü bilinemez.

---

yapılmaktadır. 2009 yerel seçimlerinde belediye başkanlığı seçiminin yapıldığı seçmen kitlesi ile il genel meclisi seçiminin kitlesi birebir örtüşmektedir. Belediye Kanununda yapılan değişiklikler sonucu, 2014 seçimlerinde belediye başkanlığı seçimi, belediye meclisi seçimiyle örtüşmektedir.

**Tablo 15: 2014 Ardahan Sandık Bazlı Seçim Sonuçları**

Sandık No	Belediye Başkanlığı Seçim Sonuçları					Belediye Meclisi Seçim Sonuçları				
	AKP	CHP	MHP	DP	BDP	AKP	CHP	MHP	DP	BDP
1001	75	55	10	15	50	76	54	13	14	53
1002	67	40	4	15	75	64	37	6	10	79
1003	73	50	2	22	65	64	45	5	19	65
1004	27	44	2	22	15	27	42	18	9	12
1005	51	41	14	89	33	46	40	31	72	38
1006	77	34	11	80	42	74	34	14	80	38
1007	71	69	5	51	31	69	58	23	32	40
1008	74	70	4	81	13	70	71	6	76	15
1009	60	55	13	89	28	54	46	23	88	29
1010	77	66	23	53	25	69	65	32	34	24
1011	71	79	29	17	29	64	70	47	12	28
1012	112	80	22	16	10	97	74	42	8	13
1013	88	78	21	9	15	82	69	30	9	15
1014	80	78	32	7	10	69	71	42	7	10
1015	98	83	19	14	14	86	72	38	9	16
1016	32	40	3	18	16	27	39	13	11	17
1017	103	87	20	10	5	98	78	27	9	6
1018	74	76	34	13	21	54	61	52	9	21
1019	93	73	20	18	30	90	57	35	11	31
1020	62	77	9	8	21	48	65	15	4	25
1021	65	73	13	19	23	65	61	22	15	25
1022	64	73	14	14	19	57	72	19	13	20
1023	70	107	19	7	16	62	89	35	5	19
1024	48	132	20	6	14	46	123	33	2	14
1025	71	82	13	8	18	65	80	21	10	17
1026	72	76	22	6	53	61	65	42	6	51
1027	55	71	13	19	25	52	65	17	13	21
1028	91	60	10	16	26	76	50	22	14	26
1029	85	87	9	17	25	72	79	22	13	29
1030	71	84	16	15	15	56	85	16	10	20
1031	69	102	15	8	18	65	85	30	3	25
1032	80	84	20	10	13	58	71	56	6	13
1033	86	80	17	13	16	76	81	23	9	12
1034	58	102	22	8	16	54	86	39	10	19
1035	89	80	29	24	14	88	74	36	21	13
1036	99	100	23	16	14	87	89	35	14	19

1037	95	78	36	19	13	86	64	55	4	19
1038	80	109	14	20	15	67	104	32	24	16
1039	109	98	27	15	4	91	92	41	18	6
1040	88	45	3	25	21	89	46	2	20	23
1041	62	58	3	13	55	53	54	5	12	58
1042	98	70	4	18	20	90	63	9	15	23
1043	69	72	8	10	28	61	71	14	10	30
1044	80	63	7	31	12	66	62	11	22	15
1045	69	58	6	25	32	59	56	13	18	39
<b>Toplam</b>	<b>3388</b>	<b>3319</b>	<b>680</b>	<b>1029</b>	<b>1073</b>	<b>3030</b>	<b>3015</b>	<b>1162</b>	<b>830</b>	<b>1147</b>

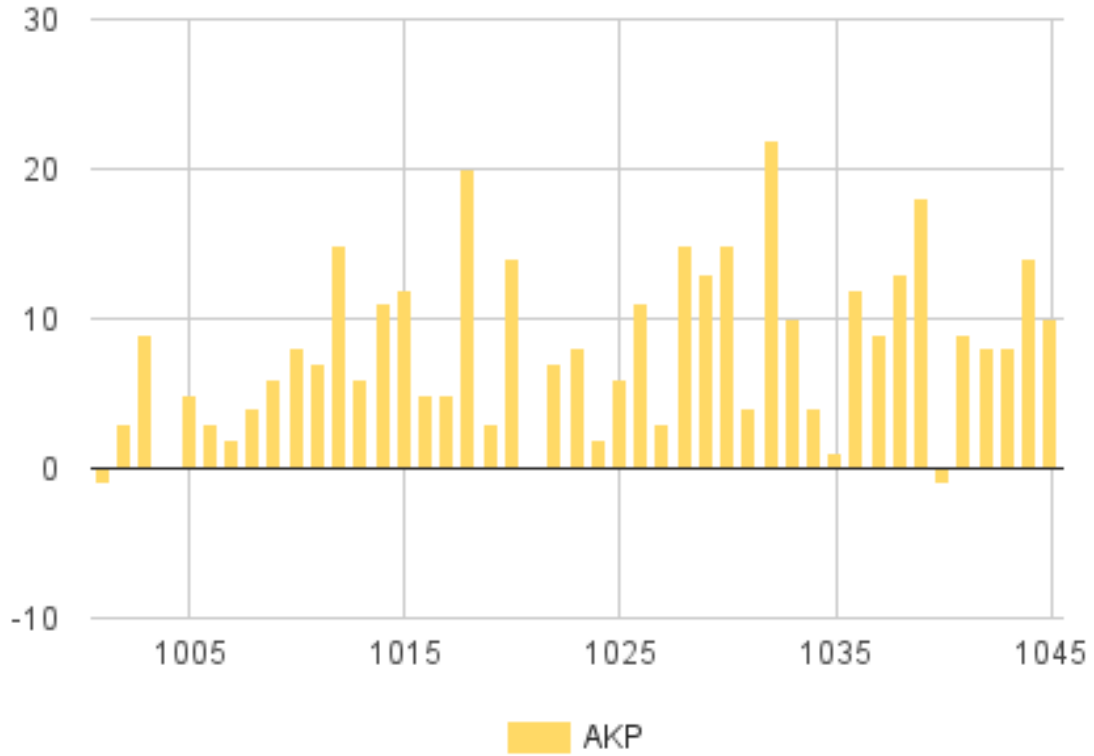
Kaynak: [www.ysk.gov.tr](http://www.ysk.gov.tr), Erişim tarihi: 12.09.2015

Ekolojik yanılğı hatasına düşölerek bu oyların, belediye başkanlığı oylarında artış yaşayan AKP, CHP ve DP'ye verildiğini söylenebilir. Fakat yaşanan bu oy kaybı iki seçim arasında görölen toplam seçmen sayısında görölen azalma sebepli olabilir. Diğer bir deyişle, bazı seçmenler iki seçim arasında oy ayırma yoluna giderken, bazı seçmenler belediye başkanlığı seçimi için oy atmamış olabilir. Hatta oy artışı yaşayan partilerin bazı seçmenleri de belediye başkanlığı seçimi için oy atmamış veya yanlış oy kullanması sebebiyle oyu salmadığı için hesaplamaya katılmamış olabilir. Sandık bazlı ekolojik çıkarımın katkısı bu noktada önem kazanır. Özellikle bir ilde bulunan seçmen sayısı arttıkça ekolojik yanılğı hatasına düşölerek yapılan analizler, eksik ya da yanlış olacaktır. Bu çalışmada uygulanan ekolojik çıkarım yöntemiyle oy farklarının ne oranda hangi partinin adayına gittiğini analiz edilmektedir.

Aşğıdaki grafiklerde sandık bazlı olarak Ardahan ilinde alınan oy farkları yer almaktadır. Bir sandıkta belediye meclisi için oy kullananlar, belediye başkanlığı seçimi için de aynı numaralı sandığa oy atmaktadırlar. Örneğin, 1001 numaralı sandıkta her iki seçim için oy kullanma hakkına sahip kişiler, aynıdır. Bu durumun yarattığı avantaj ile

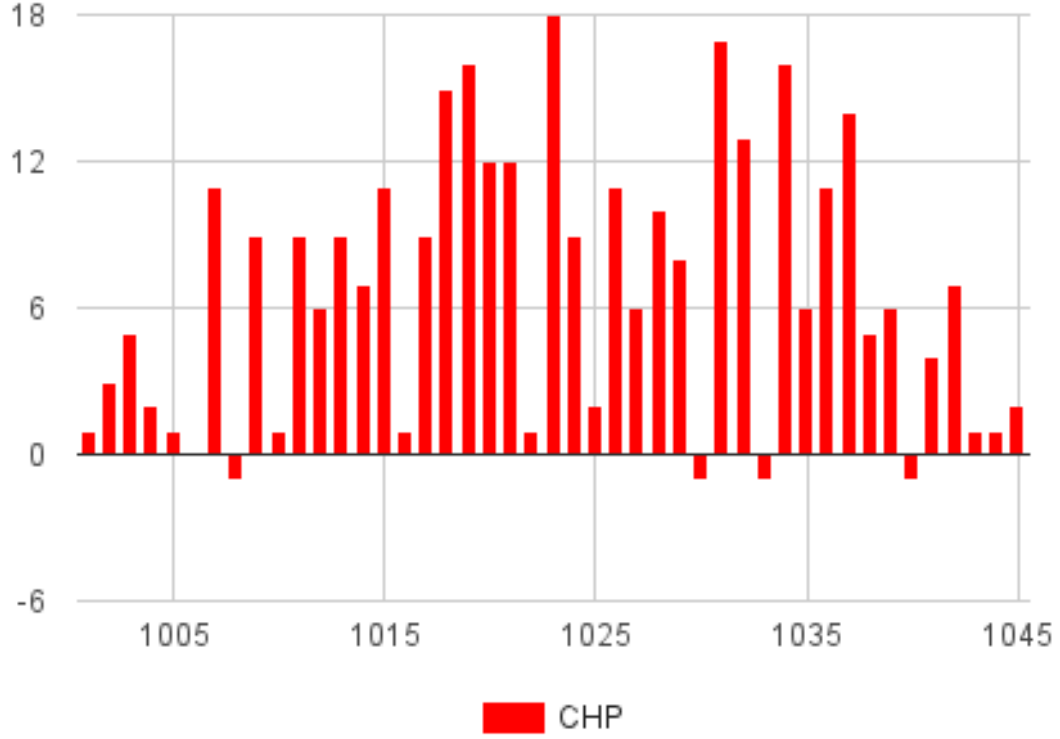
sağlıklı karşılaştırmaların yapılması mümkün olmuştur. AKP'nin oy değişimi yukarıdaki grafikte verilmiştir. Grafikte 45 sandığın her biri için ayrı bir çubuk yer almaktadır. Açıkça görüldüğü üzere sadece iki sandıkta AKP'nin oyu azalırken, diğer sandıkların hepsinde artış vardır.

**Grafik 2:** 2014 Ardahan Sandık Bazlı Farklar (AKP)



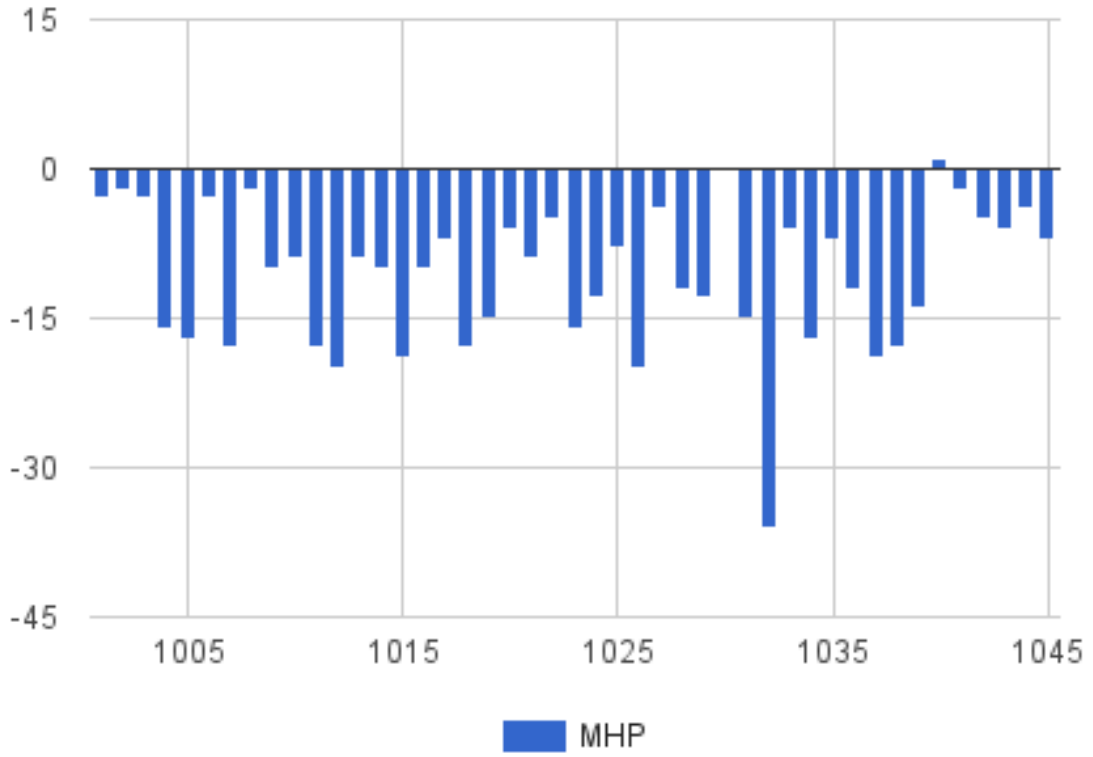
AKP'nin Ardahan'da almış olduğu sonuçlara benzer bir şekilde CHP'nin de oyları yalnızca dört sandıkta azalmıştır. Diğer sandıklarda artış vardır ve bu artışların 18 oya kadar çıktığı sandık mevcuttur.

**Grafik 3: 2014 Ardahan Sandık Bazlı Farklar (CHP)**



MHP ise sadece bir sandıktan oyunu arttırırken, diğer tüm sandıklarda oy kaybı yaşamıştır. Yaşadığı kaybın en önemli sebebi, MHP'nin belediye başkanlığı için göstermiş olduğu adayın, seçim yarışında önde olan iki adaydan biri olmamasıdır. Böyle bir durumla karşılaşınca MHP seçmen kitlesinin bir bölümü, istediği sonucu elde etmek için stratejik düşünerek en çok tercih ettiği parti olan MHP'nin adayından başka bir partinin adayına yönelmiştir.

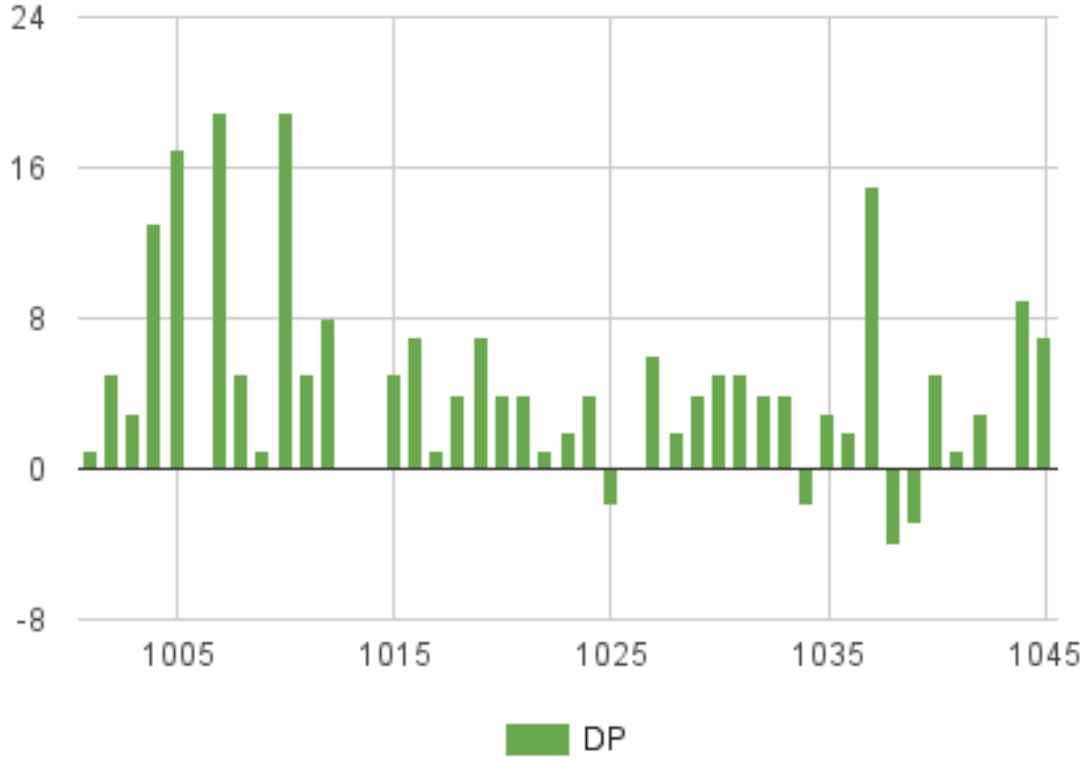
**Grafik 4:** 2014 Ardahan Sandık Bazlı Farklar (MHP)



Ardahan ilinde belediye başkanlığı seçimlerinde oyunu arttıran partilerden biri de DP olmuştur. Sadece dört sandıkta oyu azalırken, diğer sandıklarda oy artışı vardır. İl toplamı düşünüldüğünde oyunu en çok arttıran parti olmuştur.

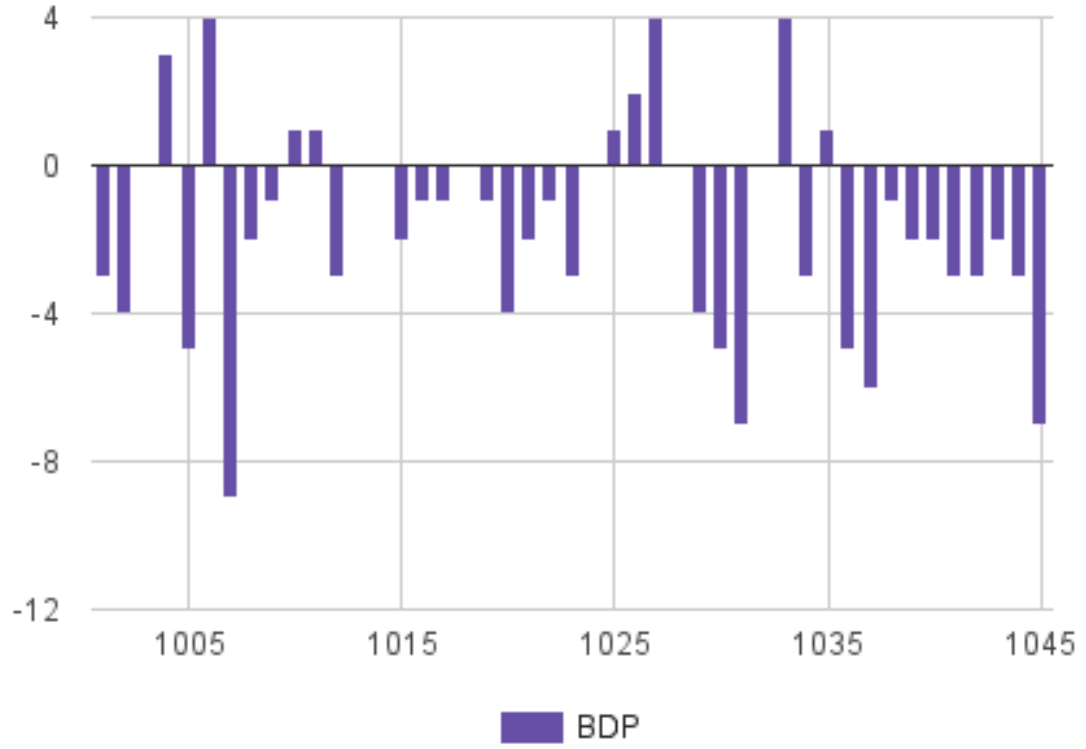


**Grafik 5: 2014 Ardahan Sandık Bazlı Farklar (DP)**



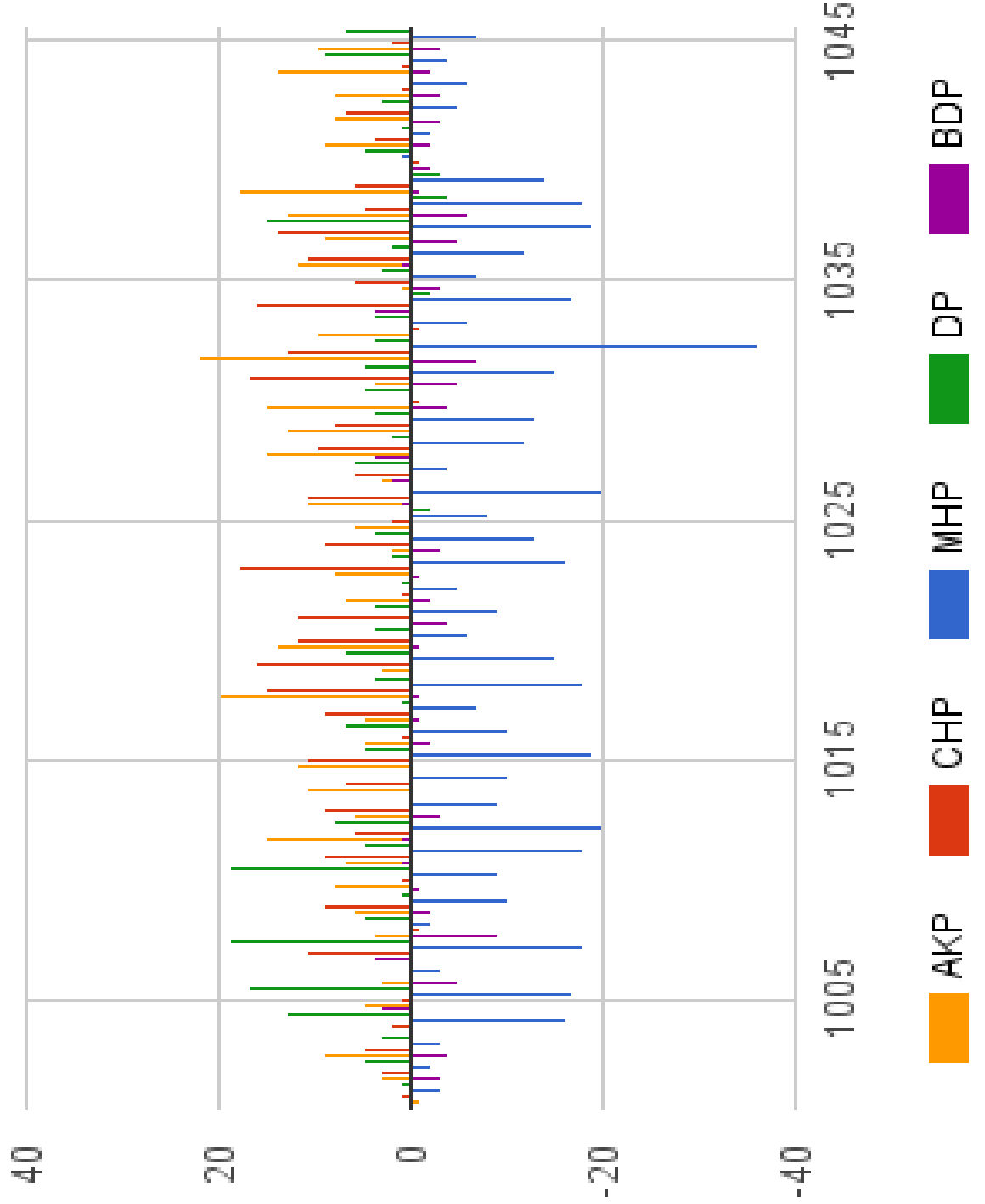
BDP'nin oy farklarına bakıldığında, diğer partilerden farklı olarak belirgin bir örüntünün olmadığı görülür. Oyunu arttırdığı, oy kaybı yaşadığı ve oyunun sabit kaldığı sandıklar vardır. İl toplamına bakılırsa, BDP'nin oyu toplamda sadece 84 oy azalmıştır. Ancak sandık bazındaki değişime bakıldığında oylarda yaşanan bu dağınık durum görülebilir olmaktadır.

**Grafik 6:** 2014 Ardahan Sandık Bazlı Farklar (BDP)



Tüm partilerin sandık bazlı değişimleri aşağıdaki grafikte verilmektedir. Diğer grafiklerin bir araya getirilmesiyle oluşan bu yeni grafikte, her sandık için azalma ve artış yaşayan partiler görülebilmektedir. Ekolojik ıkarım yöntemi uygulanarak bu azalma ve artışın istatistiksel anlamda en yoğun ve en sık yaşandığı durumlar belirlenir.

**Grafik 7:** 2014 Ardahan Sandık Bazlı Farklar (Tüm Partiler)



Örneğin yukarıdaki grafikte görüldüğü üzere MHP'nin oy kaybettiği sandıklarda AKP ve CHP'nin oyu artmıştır. Var olan sandık sonuçları örnek alınarak yapılan simülasyonlarla binlerce kez benzer gerçeklikler yaratılır. Bunların üzerinden tomografi haritaları çıkarılır. Haritalardaki çizgiler, partilerin alabilecekleri oy oranlarını gösterir. En dışında kalan çizgiler, bir partinin alabileceği minimum ve maksimum oy oranını belirler. Çizgilerin yoğunluğu ise ortanca değer ile varyans değerini belirler. Bu çalışmada, çok partili sisteme uygun haliyle kullanılan ekolojik çıkarım yöntemi kullanılmaktadır. Yöntemin uygulanması sonucunda, partileri birbiriyle eşleyerek partiler arası oy kaymaları belirlenmiş olur. Ekolojik çıkarım sonucuna göre 2014 yerel seçimlerinde Ardahan ilinde partiler arası oy kaymaları şu şekilde gerçekleşmiştir:

**Tablo 16:** 2014 Ardahan Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı

Parti Adı	AKP	CHP	BDP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	93,25	1,20	0,80	31,36
CHP	1,88	92,07	0,85	31,20
MHP	<b>16,91</b>	<b>25,63</b>	2,71	12,03
BDP	4,39	4,07	78,17	11,87
Oy Oranı (Bel. Baş.)	34,24	33,68	10,75	

Koyu şekilde yazılarak belirtilen oranlar stratejik davranışın gördüğü alanlardır. Buna göre, MHP seçmenin %16,91'lik kesimi AKP'ye ve %25,63'lük kesimi ise CHP'ye yönelik stratejik oy vermiştir. Eğer ekolojik çıkarım yöntemi uygulanmadan MHP'nin oy kaybının hangi partinin adayına yönelik olduğu tespit edilseydi; il bazında oy farklarına bakarak bu bilgiye ulaşmak mümkün olmayacaktı. Çünkü il bazında MHP 482 oy kaybederken, AKP 358 oy ve CHP 304 oykazanmıştır. Oyunu arttıran bu partilerde görülen artış birbirine çok yakındır. Ayrıca, oy artışlarının toplamı MHP'nin yaşadığı oy kaybindan fazladır. Ardahan ili örneğinin de işaret ettiği

üzere ekolojik çıkarım yöntemi uygulanmadan il bazındaki farklara bakarak yapılacak tüm açıklamalar eksik ya da yanlış olmaktadır.

### **3.7.2. Hatay Örneği**

EI modelinin büyükşehirlerde nasıl işlediğine örnek olması açısından stratejik oy verme davranışının görüldüğü ve seçimin sonucunu etkilediği bir şehir olması sebebiyle Hatay ili seçilmiştir. Aşağıdaki tabloda 2014 yerel seçimlerinde Hatay ilinde AKP, CHP, MHP, HDP, SP ve BBP'nin belediye meclisi ve büyükşehir belediye başkanlığı il bazında toplu seçim sonuçları yer almaktadır. Seçim, toplam 3404 sandıkta gerçekleşmiştir. İdebüyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinde AKP ve CHP'nin belediye meclisi seçim sonuçlarına kıyasla oylarını arttırdıkları görülmektedir. MHP, HDP, SP ve BDP ise, büyükşehir belediye başkanlığı seçiminde oy kaybı yaşamıştır. Oylarda yaşanan bu değişim seçimin kazananını belirlemiştir. Belediye meclisi seçiminde ikinci sırada yer alan CHP, diğer partilerin seçmenlerinin %5,08 kesiminin büyükşehir belediye başkanlığı seçiminde CHP'nin adayını desteklemesiyle birlikte seçimin kazananı olmuştur. Diğer bir deyişle, stratejik düşünerek hareket edenler seçimin sonucunu etkileyerek kazananı belirlemiştir. Ekolojik çıkarım yöntemi uygulanmadan il bazlı analiz yapıldığında AKP ve CHP'nin oy oranlarını arttırmalarını sağlayan seçmen kitlesinin hangi partilerden geldiği saptanamaz.

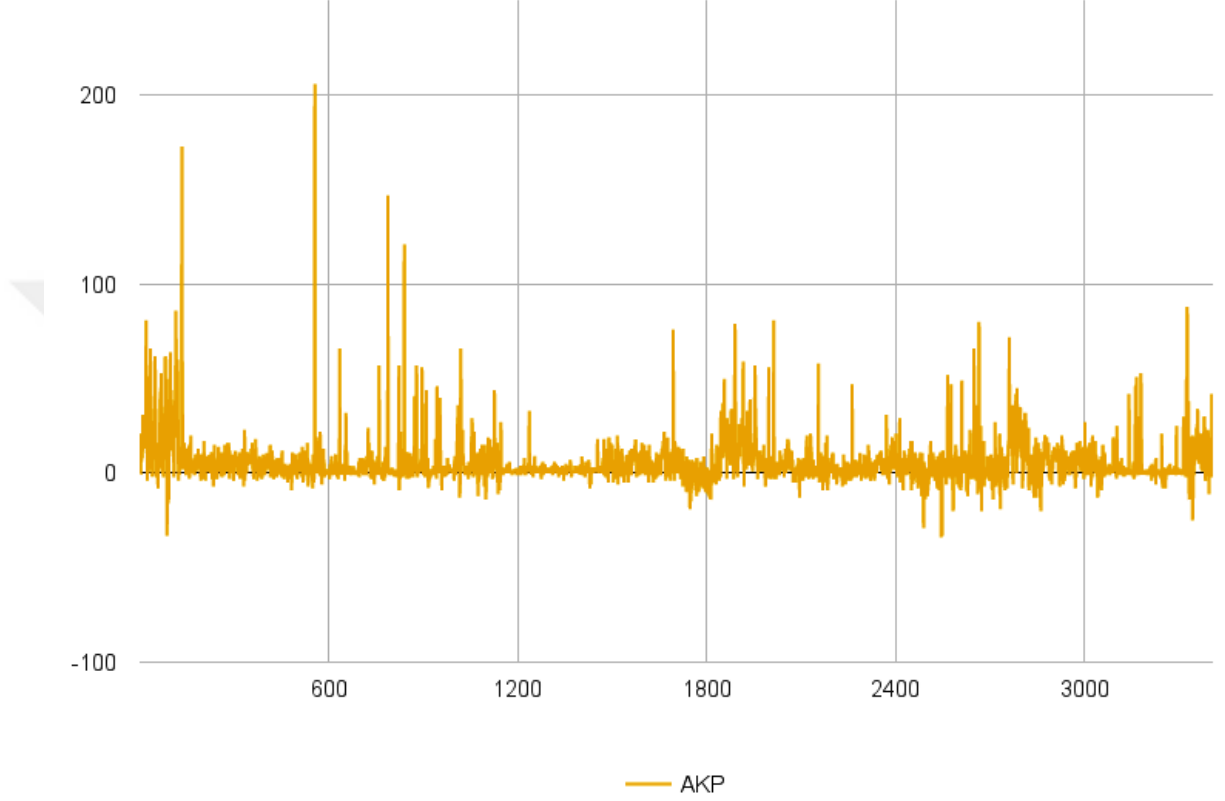
**Tablo 17:** 2014 Hatay İli Yerel Seçim Sonuçları

Parti Adı	Belediye Meclisi	Büyükşehir Belediye Başkanlığı	Fark
AKP	38,54	40,41	1,87
CHP	35,37	40,45	5,08
MHP	19,21	15,40	-3,81
HDP	1,69	1,39	-0,3
SP	1,66	0,95	-0,71
BBP	0,61	0,29	-0,32

Yukarıdaki tabloya bakılarak büyükşehir belediye başkanlığı oylarında düşüş yaşayan MHP, HDP, SP ve BDP'nin seçmenlerinin seçimin kaderini belirlediği söylenebilir. Fakat hangi parti seçmenlerinin hangi partinin adayına yönelik stratejik oy verdiği il bazında bir analizle açıklanmaya çalışılınca ekolojik yanılığın sorunu doğar. Sandık bazlı ekolojik çıkarımın katkısı bu noktada önem kazanır. Özellikle bir ilde bulunan seçmen sayısı arttıkça ekolojik yanılığın hatasına düşülerek yapılan analizler, eksik ya da yanlış olacaktır. Bu çalışmada uygulanan ekolojik çıkarım yöntemiyle oy farklarının ne oranda hangi partinin adayına gittiğini analiz edilebilmektedir.

Aşağıdaki grafiklerde sandık bazlı olarak Hatay ilinde alınan oy farkları yer almaktadır. Bir sandıkta belediye meclisi için oy kullananlar, büyükşehir belediye başkanlığı seçimi için de aynı numaralı sandığa oy atmaktadırlar. Örneğin, 1001 numaralı sandıkta her iki seçim için oy kullanma hakkına sahip kişiler aynıdır. Bu durumun yarattığı avantaj ile sağlıklı karşılaştırmaların yapılması mümkün olmuştur. AKP'nin oy değişimi yukarıdaki grafikte verilmiştir. Grafikte 3404 sandığın her birinde yaşanan oy farkı için ayrı bir çubuk yer almaktadır. Açıkça görüldüğü üzere AKP'nin oyları genel olarak yükselmiştir.

**Grafik 8: 2014 Hatay Sandık Bazlı Farklar (AKP)**



CHP'nin Hatay büyükşehirde elde etmiş olduğu oy artışının AKP'nin oy artışından fazla olduğu görülmektedir. Hatta bazı sandıklarda yaşanan oy farkı 200'den fazladır. CHP'nin büyükşehir belediye başkanlık yarışını 3.681 oyla kazandığı düşünüldüğünde tek bir sandıkta görülen oy farklı bile büyük bir etkiye sahip olmaktadır.

**Grafik 9: 2014 Hatay Sandık Bazlı Farklar (CHP)**

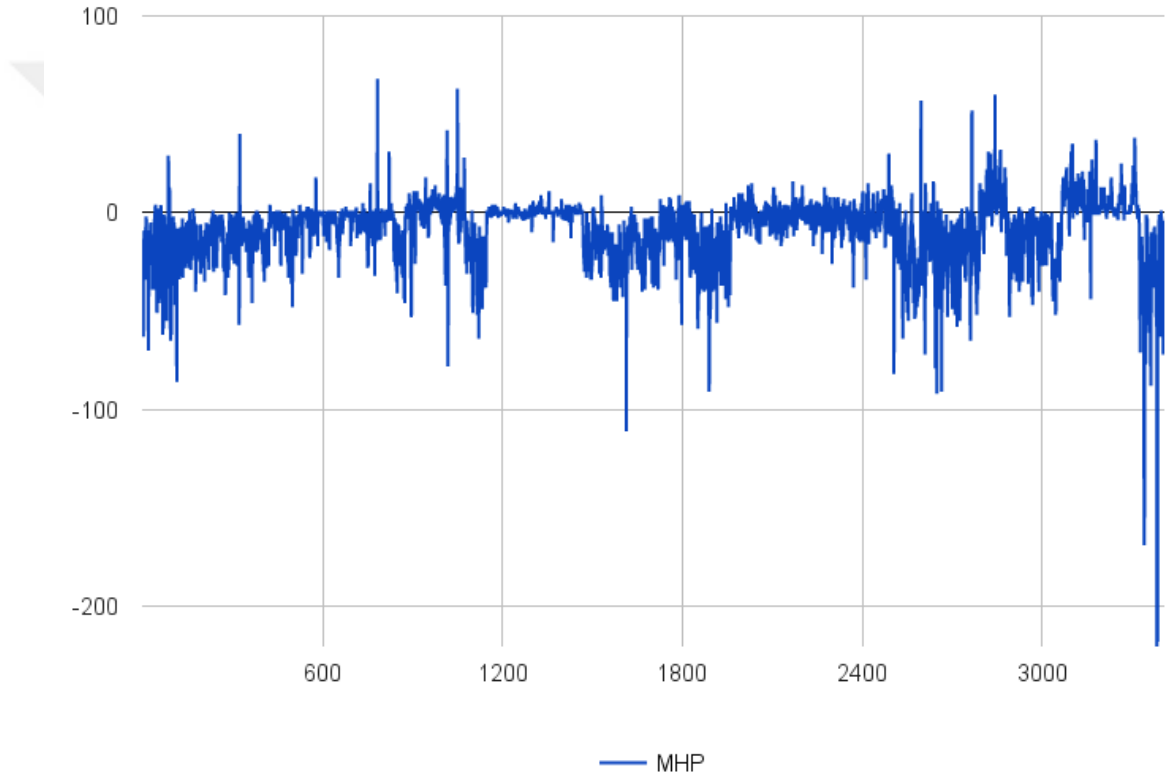


MHP ise bazı sandıklarda oyunu arttırırken, seçimin genelinde oy kaybı yaşamıştır. Yaşadığı kaybın en önemli sebebi olarak, MHP'nin büyükşehir belediye başkanlığı için göstermiş olduğu adayın, seçim yarışında önde olan iki adaydan biri olmaması gösterilebilir. Böyle bir durumla karşılaşınca MHP seçmen kitlesinin bir bölümü, istediği sonucu elde etmek için stratejik düşünerek en çok tercih ettiği parti olan MHP'nin adayından başka bir partinin adayına yönelmiştir. Burada dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta ise ekolojik yanılığa düşülerek il bazında yapılacak analizlerde MHP'nin oyunu arttırdığı sandıkların değerlendirmeye yansımayaacak olmasıdır. Sandık bazlı ekolojik çıkarım analizinde MHP seçmeninin hangi partiye yönelik stratejik oy



kullandığı belirlenebileceği gibi, hangi partilerin seçmenlerinin MHP'ye yönelik oy verdiği de belirlenebilmektedir.

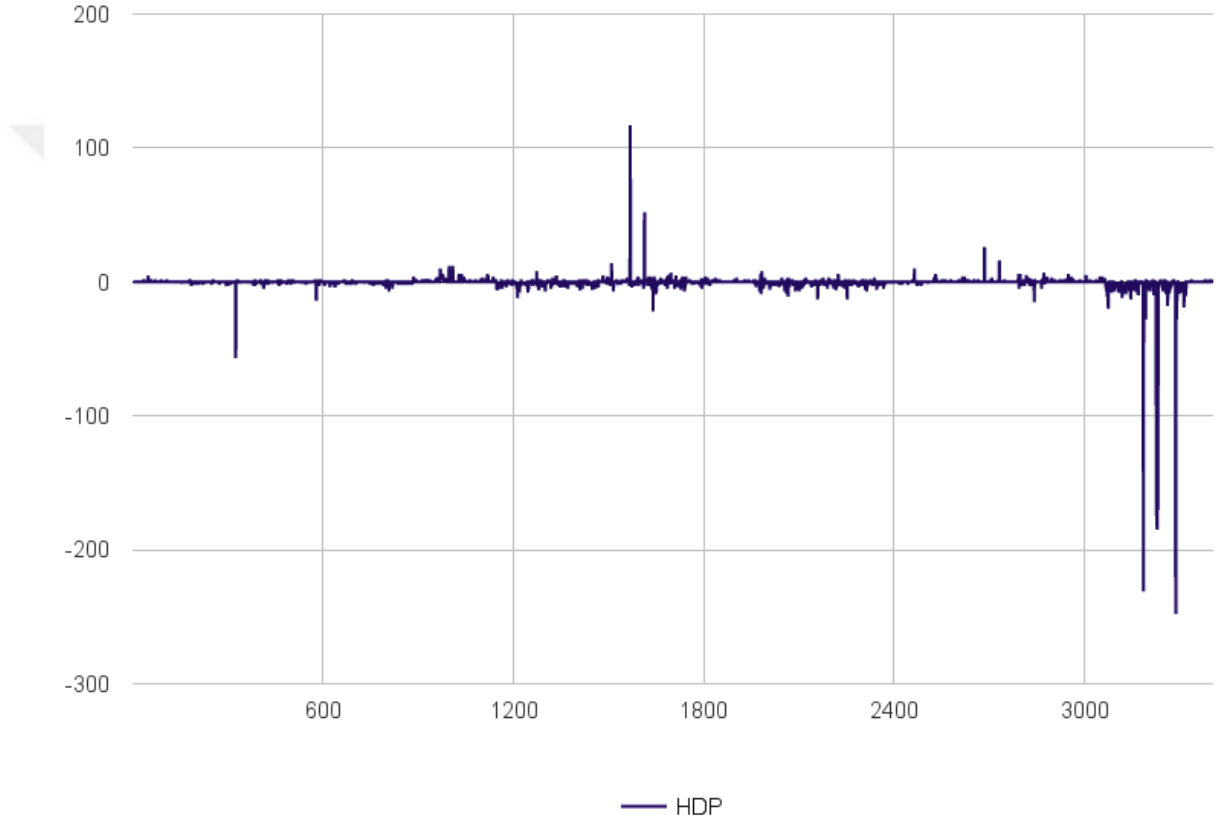
**Grafik 10:** 2014 Hatay Sandık Bazlı Farklar (MHP)



Hatay ilinde büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinde oy kaybı yaşayan partilerden biri de HDP olmuştur. Belediye meclisi seçimlerinde toplam oyun %1,69'unu alan HDP, %0,3'lük bir kayıpla büyükşehir belediye başkanlığı

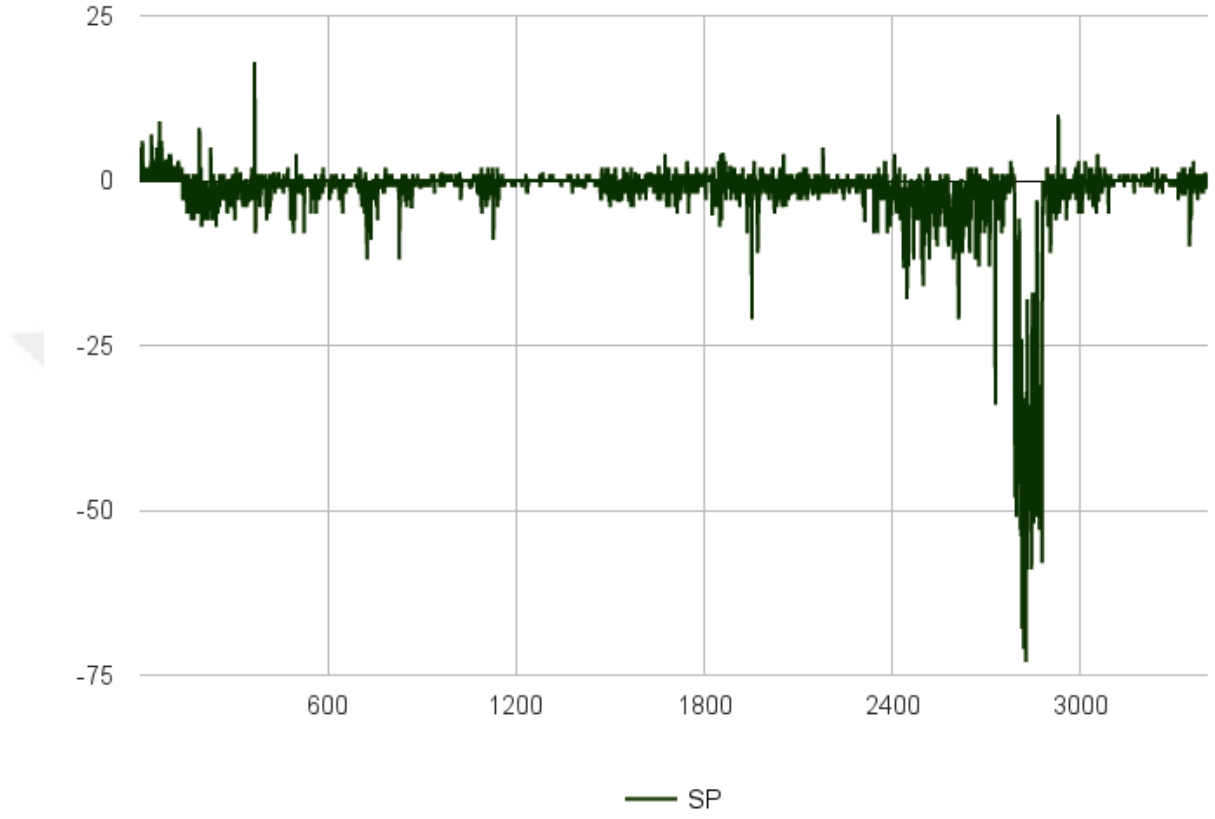
seçimini tamamlamıştır. Bu kayıpların özellikle belli sandık çevrelerinde yoğunlaştığı görülmektedir.

**Grafik 11: 2014 Hatay Sandık Bazlı Farklar (HDP)**

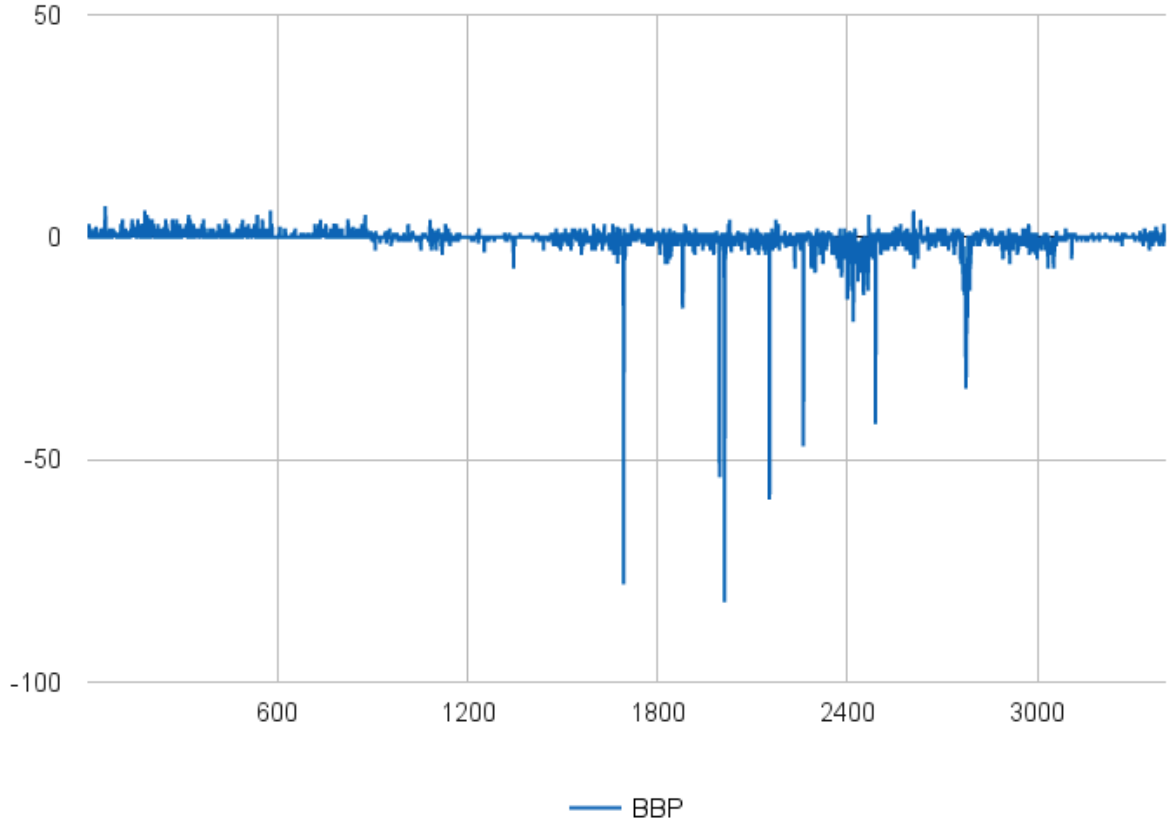


SP ve BBP için seçim sonuçları benzer bir tablo çıkarmıştır. Sandık bazında elde ettikleri oy miktarları genel olarak büyük farklılıklar göstermese de belli bazı sandıklarda oy kayıpları görülmektedir.

**Grafik 12:** 2014 Hatay Sandık Bazlı Farklar (SP)



**Grafik 13:** 2014 Hatay Sandık Bazlı Farklar (BBP)

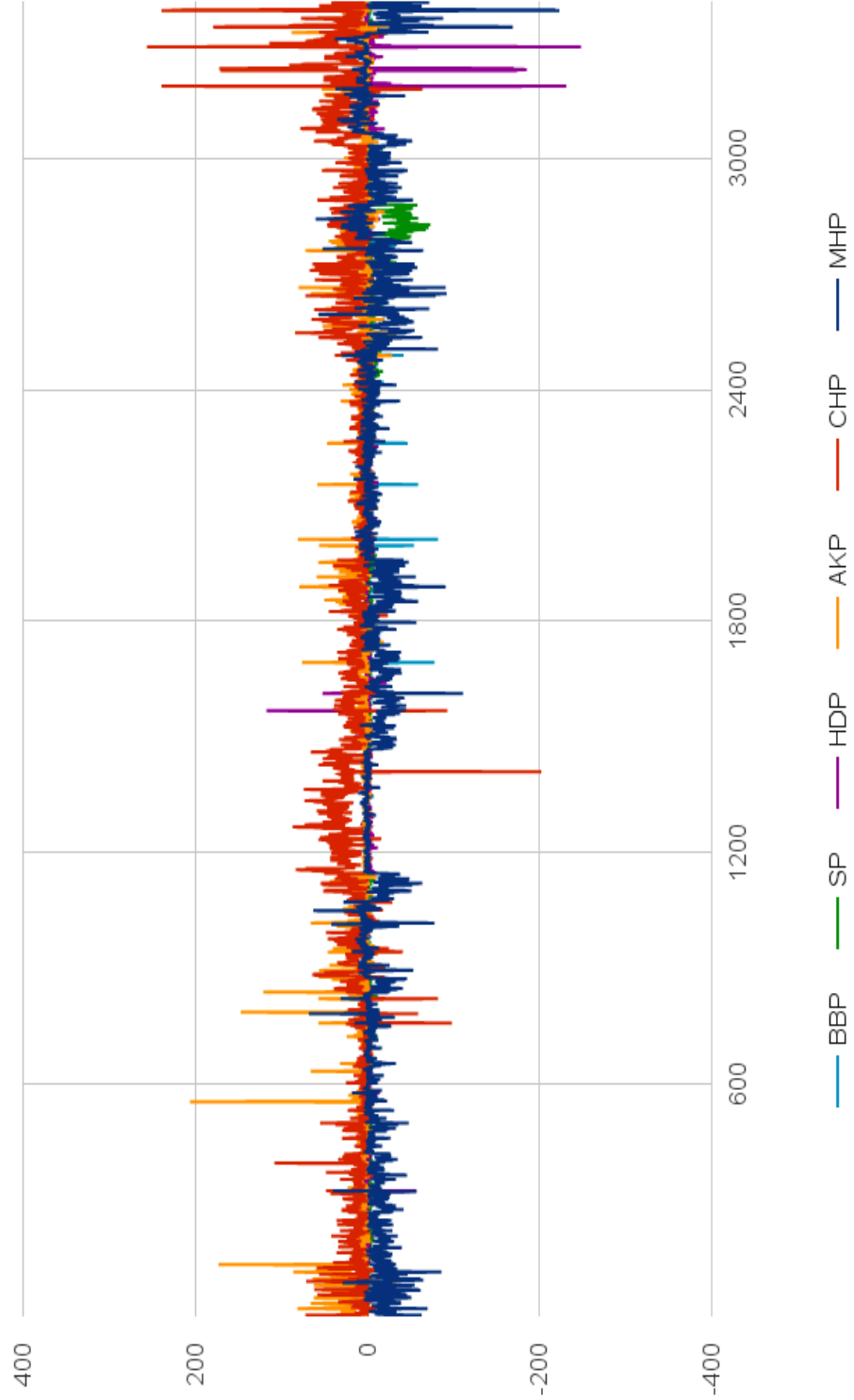


Aşağıdaki grafikte Hatay ilinde tüm partilerin büyükşehir belediye başkanlığı ve belediye meclisi seçimlerinde sandık bazında elde ettiklerin oy farkları yer almaktadır. Tüm partilerin birlikte görülmesi, oy kaybı yaşayan partiler ile oyunu arttıran partilerin genel örüntüleri arasında ters bir bağlantı olduğunu açıkça göstermektedir. Ekolojik çıkarım yöntemi uygulanarak bu azalma ve artışın istatistiksel anlamda en yoğun ve en sık yaşandığı durumlar belirlenir. Var olan sandık sonuçları örnek alınarak yapılan simülasyonlarla binlerce kez benzer gerçeklikler yaratılır. Böylece öncesinde var olmayan bir veri seti oluşturulmuş olur. Bunların üzerinden tomografi haritaları çıkarılır. Haritalardaki çizgiler, partilerin alabilecekleri oy oranlarını

gösterir. En dışında kalan çizgiler, bir partinin alabileceği minimum ve maksimum oy oranını belirler. Çizgilerin yoğunluğu ise ortanca değer ile varyans değerini belirler.



**Grafik 14:** 2014 Hatay Sandık Bazlı Farklar (Tüm Partiler)



Bu çalışmada, çok partili sisteme uygun haliyle kullanılan ekolojik çıkarım yöntemi kullanılmaktadır. Yöntemin uygulanması sonucunda, partileri birbiriyle eşleyerek partiler arası oy kaymaları belirlenmiş olur. Ekolojik çıkarım sonucuna göre 2014 yerel seçimlerinde Hatay ilinde partiler arası oy kaymaları şu şekilde gerçekleşmiştir:

**Tablo 18:** Hatay Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı

Parti Adı	CHP	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	0,03	98,91	0,66	38,54
CHP	99,08	0,05	0,38	35,37
MHP	<b>20,45</b>	<b>13,33</b>	61,79	19,21
HDP	27,33	6,05	13,69	1,69
SP	6,86	10,71	35,20	1,66
BBP	4,80	7,77	68,42	0,61
Oy Oranı (Bel. Baş.)	40,85	40,41	15,40	

Ekolojik çıkarım yöntemiyle elde edilen tabloya göre; MHP seçmeninin önemli bir kısmının stratejik oy kullandığı görülmektedir. Seçmenin %20,45'i CHP'nin adayına yönelik stratejik oy kullanırken %13,33'ü ise AKP'nin adayına yönelik stratejik oy kullanmıştır. Yukarıdaki tabloda HDP, SP ve BBP seçmenlerinin belli oranlarda diğer partileri destekledikleri görülmektedir. Fakat bu partilerin oy oranları %2'nin altında olduğu için genel örüntü üzerinden oylarındaki kayma hata paylarının içinde kalmaktadır ve gerçeği yansıtmaya ihtimali düşüktür. Ekolojik çıkarım yöntemi büyük partiler için daha sağlıklı sonuçlar ortaya koymaktadır. Bu sebeple bu çalışmada belediye meclisi oylarında %10'un üzerinde sonuç elde etmiş partilerin seçmenlerinin gerçekleştirdiği stratejik davranışlar dikkate alınmıştır.

### 3.8. Hipotez Testleri

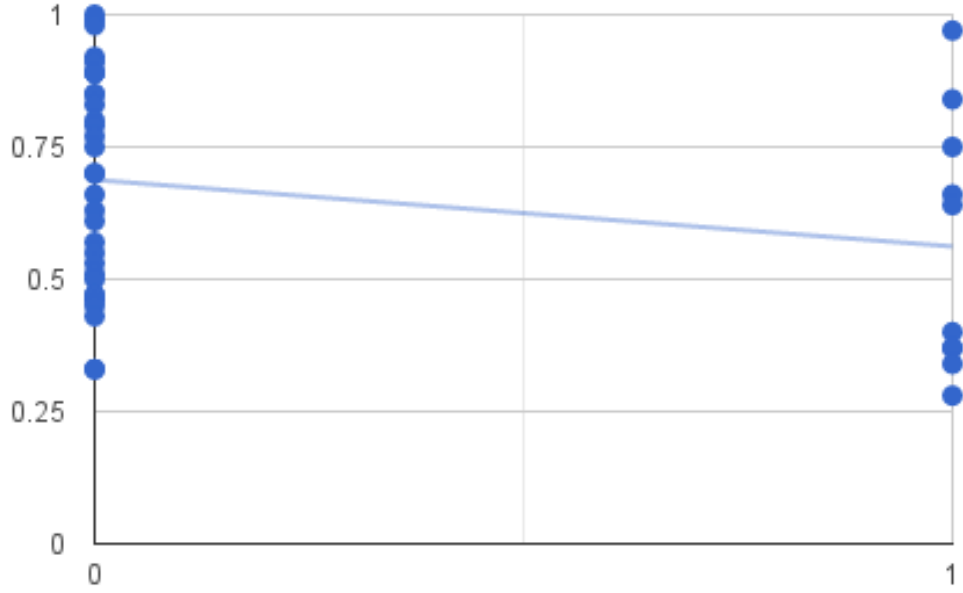
2009 ve 2014 seçim sonuçları değerlendirildiğinde bazı durumlarda strateji kurmanın mümkün olmadığı ortaya çıkmıştır. İlk durum, seçimlerin yapıldığı ilde neredeyse tüm oyların iki parti arasında dağıldığı durumlardır. Stratejik oy verme literatüründe açıklandığı üzere, strateji kurulabilmesi için ikiden fazla partinin olması gerekmektedir. İkinci durum ise, aynı seçimde yarışan, ikiden fazla partinin adaylarının seçim yarışında varlık gösterdiğinde oluşur.  $\frac{S}{F}$  kuralı gereği, ikinci kaybeden ile birinci kaybedenin oylarının oranı 1'e yaklaştıkça stratejik oy verme eğilimi azalır. Hipotez testleri yapılırken bu durumlar göz önünde bulundurularak değerlendirmeler yapılacaktır.

$H_1$ :  $\frac{S}{F}$  oranı 1'e yaklaştıkça stratejik oy verme davranışının görülme olasılığı azalır.

$\frac{S}{F}$  kuralına göre, seçimde ikinci kaybedenin (seçim sonucunda üçüncü sırada yer alan aday) oy yüzdesinin aynı seçimde birinci kaybedenin (seçim sonucunda ikinci sırada yer alan aday) oy yüzdesine oranı 0'a yaklaştıkça stratejik oy verme artar. Eğer bu oran, 1'e yaklaşırsa, stratejik oy oranı düşer. Diğer bir deyişle, seçimi ikinci ve üçüncü bitiren partilerin oy oranları birbirine ne kadar yakın olursa stratejik oy verme oranı, o ölçüde düşer.



**Grafik 15:** 2009 Yerel Seçimleri S/F Dağılımı



2009 yerel seçimlerinde belediye başkanlığı seçimlerinde %10'un üzerinde oy almış aday sayısı ikiden fazla olan 42 il olmuştur. Bu illerin 10'unda stratejik davranış görülmüştür. Yukarıdaki tabloda bu 42 ilin  $\frac{S}{F}$  oranına göre dağılımı yer almaktadır. Bu oranlara lineer regresyon yapıldığında regresyon çizgisinin, hipotezin öngördüğü üzere azalan bir eğime sahip olduğu görülür. Diğer bir deyişle, bir ilde üçüncü sırada yer alan adayın oy oranı, ikinci adayın oy oranına yaklaştıkça o ilde stratejik oy verme davranışının görülme olasılığı azalır.

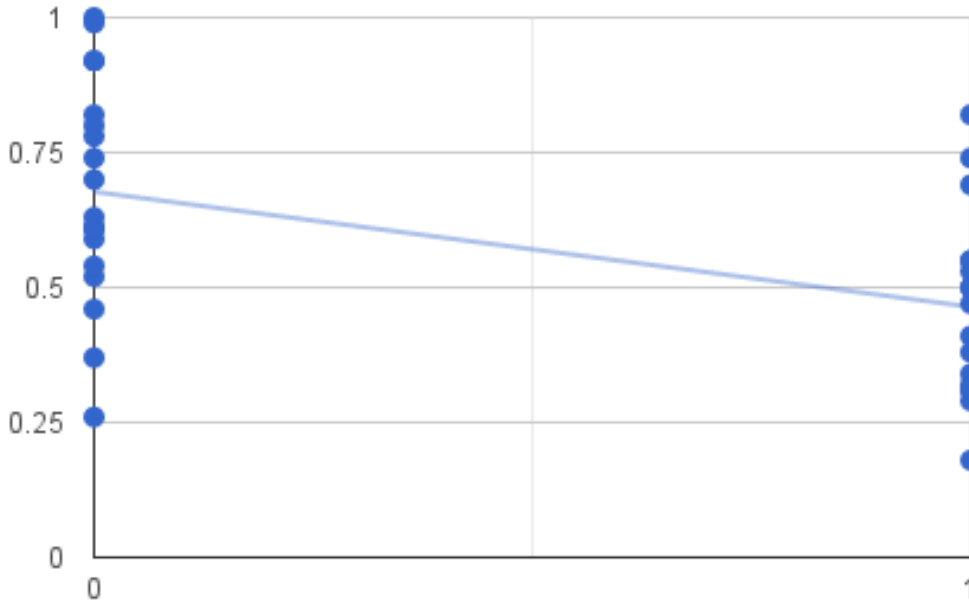
**Tablo 19:** İki'den Fazla Adayın %10'un Üzerinde Oy Aldığı İller (2009)

<b>İl Adı</b>	<b>Stratejik Davranış</b>	<b>S/F Oranı</b>
Samsun	Var	0.97
Muğla	Var	0.84
Konya	Var	0.75
Elazığ	Var	0.66
Karabük	Var	0.64
Manisa	Var	0.40
Afyon	Var	0.37
Balıkesir	Var	0.37
Bilecik	Var	0.34
Düzce	Var	0.28
Karaman	Yok	1.00
Aydın	Yok	0.99
Tokat	Yok	0.98
Amasya	Yok	0.92
Ardahan	Yok	0.91
Adana	Yok	0.89
Niğde	Yok	0.89
Iğdır	Yok	0.89
Ankara	Yok	0.85
İçel	Yok	0.85
Bartın	Yok	0.83
Bayburt	Yok	0.80
Kars	Yok	0.79
Kırıkkale	Yok	0.77
Denizli	Yok	0.75
Çanakkale	Yok	0.70
Tekirdağ	Yok	0.70
Ağrı	Yok	0.66
Uşak	Yok	0.63
Kırşehir	Yok	0.61
Yalova	Yok	0.57
Adıyaman	Yok	0.55
Isparta	Yok	0.53
Bingöl	Yok	0.51
Antalya	Yok	0.50

Bitlis	Yok	0.47
Malatya	Yok	0.47
Burdur	Yok	0.46
Bursa	Yok	0.45
Kilis	Yok	0.43
Çorum	Yok	0.33
Giresun	Yok	0.33

2014 yerel seçimlerinde belediye başkanlığı seçimlerinde %10'un üzerinde oy almış aday sayısı ikiden fazla olan 36 il olmuştur. Bu illerin 17'sinde stratejik davranış görülmüştür. Yukarıdaki grafiğe göre  $\frac{S}{F}$  kuralının öngörüsü, 2009 yerel seçimlerine oranla daha belirgin bir şekilde hayata geçmiştir. Lineer regresyon çizgisinin eğimi artmıştır. Her iki seçim birlikte düşünüldüğünde, hipotez doğru kabul edilmiştir.

**Grafik 16:** 2014 Yerel Seçimleri S/F Dağılımı



**Tablo 20:** İki'den Fazla Adayın %10'un Üzerinde Oy Aldığı İller (2014)

<b>İl Adı</b>	<b>Stratejik Davranış</b>	<b>S/F Oranı</b>
Balıkesir	Var	0.82
Aydın	Var	0.74
Antalya	Var	0.69
Gaziantep	Var	0.55
Kocaeli	Var	0.55
Bursa	Var	0.53
Burdur	Var	0.50
Manisa	Var	0.50
Trabzon	Var	0.47
Erzincan	Var	0.41
Hatay	Var	0.38
Tekirdağ	Var	0.34
Ardahan	Var	0.32
Denizli	Var	0.31
Giresun	Var	0.31
Eskişehir	Var	0.29
Ankara	Var	0.18
Kars	Yok	1.00
İçel	Yok	0.99
Bilecik	Yok	0.92
Bartın	Yok	0.92
Kırıkkale	Yok	0.82
Kırşehir	Yok	0.80
Adana	Yok	0.78
Uşak	Yok	0.74
Kırklareli	Yok	0.70
Muğla	Yok	0.63
Edirne	Yok	0.61
Niğde	Yok	0.61
Samsun	Yok	0.61
Adıyaman	Yok	0.59
Karaman	Yok	0.54
Zonguldak	Yok	0.52
Amasya	Yok	0.46
Artvin	Yok	0.37

**H<sub>2</sub>**: Stratejik oy verme oranı büyükşehirlerde diğer illerden daha yaygındır.

Bu hipotezin arka planında büyükşehirlerdeki haberleşme imkanlarının diğer illere göre daha iyi sağlanmış olması yatmaktadır. Stratejik oy verme kararının önkoşullarından biri olan ‘diğer seçmenlerin oy verme eğilimlerini göz önünde bulundurma’ durumu büyükşehirlerde bu sebeple nispeten daha kolay olabilmektedir. Üstelik internet kullanımının yine benzer şekilde büyükşehirlerde daha yaygın olması sebebiyle seçmenlerin birbirleriyle ve fikir liderleriyle iletişimi daha kuvvetlidir<sup>30</sup>. Ayrıca, özellikle 2014 seçimleri öncesi sosyal medya kanalları üzerinden kazanması istenmeyen adaya karşı farkındalık yaratma ve seçmenlerin oy kararlarını bu amaca hizmet edecek şekilde yönlendirme çabaları vardır<sup>31</sup>. Bu çabaların yönü, konusu ve hedef kitlesi bu çalışmanın kapsamı dışında kalmaktadır. Fakat en nihayetinde bu girişimlerin seçmenleri etkilediği ve stratejik oy vermeye yönelik davranışlara teşvik

<sup>30</sup> Elektronik Haberleşme Sektörüne İlişkin İl Bazında Yıllık İstatistik Bülteni (2009-2014)’ne göre internet kullanımının en çok yaygın olduğu ilk on il şu şekilde sıralanmaktadır: İstanbul: %43,87; Ankara: %36,64; Kocaeli: %34,05; Kırşehir: %32,82; İzmir: 32,25; Antalya: %30,93; Eskişehir: %30,60; Muğla: 30,35; Yalova: %29,98; Sinop: %28,97.

[http://www.btk.gov.tr/kutuphane\\_ve\\_veribankasi/yil\\_istatistikleri/ehsyib.pdf](http://www.btk.gov.tr/kutuphane_ve_veribankasi/yil_istatistikleri/ehsyib.pdf) (Erişim tarihi: 12.09.2015). Buradan da görüldüğü üzere, en yaygın olduğu illerin çoğunluğunu büyükşehirler oluşturmaktadır.

<sup>31</sup> Bu çabalardan en bilineni ‘Tatava Yapma Bas Geç’ platformu olmuştur. 2014 yerel seçimleri öncesinde eylemlerine Twitter üzerinden başlayan bu platform, temel mantığını belediye başkanlığı seçimleri için AKP’nin adayının önde olduğu şehirlerde onun en yakın rakibine oy verilmesi üzerine kurmuştur. İsmiyle müsemma bu kampanya, uyandırdığı ilgi kadar seçmenlere düşünme payı bırakmadan hangi partinin adayına oy verilmesini dikte ettiği için çokça eleştirilmiştir.

yarattığı önerilmektedir. Büyükşehirlerde yaşayan 18 yaş üstü nüfusun büyüklüğü, bu illerde görülen stratejik oy verme davranışını daha önemli hale getirmektedir. Örneğin 2014 seçimlerinde büyükşehirlerde, çalışmanın kapsamı gereği belediye meclisi seçimlerindeki %10 barajını geçen her bir partinin aldığı oy sayısı, birçok ilin toplam oy sayısından fazladır.

**Tablo 21:** 2009 Yerel Seçimleri Büyükşehirler-Diğer İller Karşılaştırması

	Büyükşehirler	Diğer İller
İl Sayısı	16	65
İkiden Fazla Partinin Yarıştığı İl Sayısı	10	53
SD'nin Görüldüğü İl Sayısı	6	20
SD'nin Görüldüğü İl Yüzdesi	60	37,73

**Tablo 22:** Büyükşehirlerde Stratejik Oy Verme Davranışı (2009)

İl Adı	Stratejik Davranış
Eskişehir	Var
İzmir	Var
Kocaeli	Var
Konya	Var
Sakarya	Var
Samsun	Var
Adana	Yok
Ankara	Yok
Antalya	Yok
Bursa	Yok
Diyarbakır	Yok
Erzurum	Yok
Gaziantep	Yok
İçel	Yok
İstanbul	Yok
Kayseri	Yok

**Tablo 23:** 2014 Yerel Seçimleri Büyükşehirler-Diğer İller Karşılaştırması

	Büyükşehirler	Diğer İller
İl sayısı	30	51
İkiden Fazla Partinin Yarıştığı İl Sayısı	19	27
SD'nin Görüldüğü İl Sayısı	15	11
SD'nin Görüldüğü İl Yüzdesi	78,95	40,74

**Tablo 24:** Büyükşehirlerde Stratejik Oy Verme Davranışı (2014)

İl Adı	Stratejik Davranış
Ankara	Var
Antalya	Var
Aydın	Var
Balıkesir	Var
Bursa	Var
Denizli	Var
Eskişehir	Var
Gaziantep	Var
Hatay	Var
İzmir	Var
Kocaeli	Var
Manisa	Var
Ordu	Var
Tekirdağ	Var
Trabzon	Var
Adana	Yok
Diyarbakır	Yok
Erzurum	Yok
İçel	Yok
İstanbul	Yok
K.Maraş	Yok
Kayseri	Yok
Konya	Yok
Malatya	Yok
Mardin	Yok
Muğla	Yok
Sakarya	Yok
Samsun	Yok
Şanlıurfa	Yok
Van	Yok

2009 seçimlerinde 16 olan büyükşehir sayısı, 2014 seçimlerine gelindiğinde 30'a yükselmiştir. Belediye meclisi seçimlerinde %10 seçim barajını geçerek temsilci çıkaran partilerin belediye başkanlığı seçimlerinde seçmenlerinin %10'dan fazla bir bölümünün başka partinin adayına oy verdiği durumlar, stratejik oy verme olarak kabul edilmiştir. Buna göre, yapılan analiz sonucunda büyükşehirlerde stratejik oy vermenin diğer illere oranla daha yaygın olduğu görülmektedir. 2009 seçimlerinde stratejik oy vermenin görüldüğü büyükşehirler şunlardır: Eskişehir, İzmir, Kocaeli, Konya, Sakarya ve Samsun. 2014 seçimlerinde stratejik davranışın görüldüğü büyükşehirler şunlardır<sup>32</sup>: Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Denizli, Eskişehir, Gaziantep, Hatay, İzmir, Kocaeli, Manisa, Ordu, Tekirdağ ve Trabzon.

Analizle birlikte ortaya çıkan bir diğer bulgu ise, hem belediye meclisi hem de belediye başkanlığı seçimlerinde sadece iki partinin %10'luk barajı geçtiği il sayısının 2014 seçimlerinde önemli ölçüde artmış olmasıdır. İki den fazla partinin yarıştığı il sayısı 2009 yılında 63 iken, 2014 yılında bu sayı 46'ya düşmüştür. Bu noktadan hareketle, Türkiye yerel siyasetinde küçük partiler silindiği için çok sesliliğin giderek azaldığı söylenebilir.

**H<sub>3</sub>:** MHP seçmeni, stratejik oy kullanırken oyunu harcamaktan kaçınmak için ideolojik yakınlıktan ziyade en kötüden kaçınma stratejisini kurmaya eğilimlidir.

---

<sup>32</sup> 2014 büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinde Kayseri ve Konya'da MHP seçmeninin sırasıyla %17.97 ve %15.39'lük kesiminin AKP'nin adayına oy verdiği görülmüştür fakat bu illerde AKP'nin karşısındaki en güçlü aday MHP'den olduğu için bu tarz oy ayırma durumu stratejik oy verme olmadığı için değerlendirmeye katılmamıştır.



Hem 2009 hem de 2014 yerel seçimlerinde Türkiye genelinde üçüncü parti olan MHP'nin belediye başkanlığı yarışında seçmenin hangi sıklıkta, ne ölçüde ve hangi amaçla stratejik oy kullandığı büyük önem taşımaktadır. MHP seçmenin verdiği ve hatta bazen vermediği stratejik oy, bazı illerde seçimin sonucunu belirleyecek kadar önemli olmuştur. 2009 yerel seçimlerinde MHP'nin il genel meclisi seçiminde %10'luk barajı geçtiği fakat belediye başkanlığı yarışında önde olan iki partiden biri olmadığı il sayısı 28'dir. Bu illerin 15'inde MHP seçmenin en az %10'luk kısmı stratejik oy kullanmıştır. Bu iller şunlardır: Artvin, Bilecik, Bolu, Edirne, Eskişehir, Hatay, İzmir, Kırklareli, Kocaeli, Konya, Ordu, Rize, Samsun, Sinop ve Trabzon. Stratejik oy için gerekli durumun olduğu fakat MHP seçmenin stratejik oy kullanmadığı iller ise; Ankara, Antalya, Burdur, Bursa, Çanakkale, Çorum, Denizli, Giresun, Kars, Kırşehir, Tekirdağ, Kırıkkale ve Iğdır'dır.

**Tablo 25:** MHP Seçmeninin Stratejik Davranabilme Durumuyla Karşılaştığı İller (2009)

<b>İl Adı</b>	<b>Stratejik Davranış</b>
Artvin	Var
Bilecik	Var
Bolu	Var
Edirne	Var
Eskişehir	Var
Hatay	Var
İzmir	Var
Kırklareli	Var
Kocaeli	Var
Konya	Var
Ordu	Var
Rize	Var
Samsun	Var
Sinop	Var
Trabzon	Var
Ankara	Yok
Antalya	Yok
Burdur	Yok
Bursa	Yok
Çanakkale	Yok
Çorum	Yok
Denizli	Yok
Giresun	Yok
Iğdır	Yok
Kars	Yok
Kırıkkale	Yok
Kırşehir	Yok
Tekirdağ	Yok

**Tablo 26:** 2009 Yerel Seçimlerinde MHP'nin Stratejik Oy Dağılımı

<b>Seçim Mücadelesi Veren Partiler<sup>33</sup></b>	<b>SD'nin Görüldüğü İl Sayısı</b>	<b>SD'nin Görülmediği İl Sayısı</b>	<b>Toplam İl Sayısı</b>
AKP-CHP	11	11	22
AKP-DSP	2	-	2
AKP-ANAP	1	-	1
AKP-DP	-	1	1
AKP-DTP	-	1	1
AKP-SP	1	-	1
<b>TOPLAM</b>	<b>15</b>	<b>13</b>	<b>28</b>

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere, MHP seçmeni en çok AKP-CHP mücadelesinin yaşandığı illerde stratejik oy verme durumuyla karşı karşıya kalmıştır. Bu konuda seçmenler bu mücadelenin yaşandığı illerde yarı yarıya stratejik davranmıştır. İdeolojik yakınlık sebebiyle MHP seçmeninin AKP'ye yönelik verdiği stratejik oy, oyunu harcamaktan kaçınmak olarak değerlendirilirken; AKP'nin seçilmesini önlemek için onun en güçlü rakibine yönelik kullanıldığı stratejik oy ise en kötüden kaçınmak olarak değerlendirilmiştir. 2009 yerel seçimlerinde MHP seçmeninin stratejik oy kullandığı iller üzerine yapılan analizde şu tablo ortaya çıkmıştır:

<sup>33</sup> Adayları mücadele eden partilerin adları alfabetik olarak sıralanmıştır.

**Tablo 27:** MHP Seçmeninin Oyunu Harcamama Stratejisini Uyguladığı İller (2009)

İl Adı	Seçim Mücadelesi Veren Partiler	SD'nin Büyüklüğü
Ordu	AKP-DSP	40,72
Artvin	AKP-CHP	28,93
Sinop	AKP-CHP	25,86
Rize	AKP-ANAP	24,16
Bilecik	AKP-CHP	19,46
Samsun	AKP-CHP	15,19
Kocaeli	AKP-CHP	17,45
Bolu	AKP-CHP	10,43
Kırklareli	AKP-CHP	10,29

**Harita 1:** MHP Seçmeninin Oyunu Harcamama Stratejisini Uyguladığı İller (2009)



**Tablo 28:**MHP Seçmeninin En Kötüden Kaçınma Stratejisini Uyguladığı İller (2009)

İl Adı	Seçim Mücadelesi Veren Partiler	SD'nin Yönü	SD'nin Büyüklüğü
Edirne	AKP-CHP	CHP	37,87
Eskişehir	AKP-DSP	DSP	35,38
Trabzon	AKP-CHP	CHP	33,86
Sinop	AKP-CHP	CHP	23,28
Kocaeli	AKP-CHP	CHP	17,61
Konya	AKP-SP	SP	16,73
İzmir	AKP-CHP	CHP	16,54
Bolu	AKP-CHP	CHP	16,39
Rize	AKP-ANAP	ANAP	13,44
Ordu	AKP-DSP	DSP	12,68
Hatay	AKP-CHP	CHP	12,19
Kırklareli	AKP-CHP	CHP	11,71

**Harita 2:** MHP Seçmeninin En Kötüden Kaçınma Stratejisini Uyguladığı İller (2009)



Oyunu harcamaktan kaçınmak için ideolojik yakınlık sebebiyle AKP'ye yönelik stratejik oy verme davranışın görüldüğü illerin sayısı, en kötüden kaçınma stratejisiyle hareket edilen illerin sayısından azdır. Bu sebeple, bu hipotez kabul edilmiştir. Yine de atlanmaması gereken nokta, MHP seçmeninin AKP karşıtı stratejik oy verdiği bazı

durumlarda bu kararının stratejik seçmenlerinin tamamı tarafından kucaklandığı görülememektedir. Bolu, Kırklareli, Kocaeli, Ordu, Rize ve Sinop'ta seçmenin bir bölümü AKP'ye yönelik stratejik oy verirken, başka bir bölümü ise AKP karşıtı stratejik oy kullanmıştır.

2014 yerel seçimlerinde MHP seçmeninin stratejik oy kullanma ihtimalinin olduğu il sayısı 26'ya düşerken, siyasi arenadan DSP, DP, ANAP ve SP'nin önemli ölçüde silinmeleri sebebiyle bu illerin tümünde başkanlık için AKP-CHP çekişmesi yaşanmıştır. 19 ilde gerçekleşen stratejik oy verme davranışı, altı ilde CHP'ye, iki ilde AKP'ye ve 11 ilde her iki partiye yöneliktir.

**Tablo 29:** MHP Seçmeninin Stratejik Davranabilme Durumuyla Karşılaştığı İller (2014)

<b>İl Adı</b>	<b>Stratejik Davranış</b>
Ankara	Var
Antalya	Var
Ardahan	Var
Aydın	Var
Bolu	Var
Burdur	Var
Bursa	Var
Çanakkale	Var
Denizli	Var
Eskişehir	Var
Gaziantep	Var
Giresun	Var
Hatay	Var
İzmir	Var
Kocaeli	Var
Ordu	Var
Sinop	Var
Tekirdağ	Var
Trabzon	Var
Adıyaman	Yok
Artvin	Yok

Çorum	Yok
Edirne	Yok
Kırklareli	Yok
Muğla	Yok
Zonguldak	Yok

**Tablo 30:** MHP Seçmeninin Oyunu Harcamama Stratejisini Uyguladığı İller (2014)

<b>İl Adı</b>	<b>Seçim Mücadelesi Veren Partiler</b>	<b>SD'nin Büyüklüğü</b>
Trabzon	AKP-CHP	25,76
Gaziantep	AKP-CHP	21,59
İzmir	AKP-CHP	18,38
Denizli	AKP-CHP	18,01
Ardahan	AKP-CHP	16,91
Sinop	AKP-CHP	15,52
Kocaeli	AKP-CHP	14,46
Ordu	AKP-CHP	13,64
Hatay	AKP-CHP	13,33
Ankara	AKP-CHP	13,31
Çanakkale	AKP-CHP	12,58
Bursa	AKP-CHP	10,47
Bolu	AKP-CHP	10,43

**Harita 3:** MHP Seçmeninin Oyunu Harcamama Stratejisini Uyguladığı İller (2014)



**Tablo 31:** MHP Seçmeninin En Kötüden Kaçınma Stratejisini Uyguladığı İller (2014)

İl Adı	Seçim Mücadelesi Veren Partiler	SD'nin Büyüklüğü
Ankara	AKP-CHP	42,51
Ordu	AKP-CHP	39,34
Çanakkale	AKP-CHP	31,71
Sinop	AKP-CHP	31,69
Denizli	AKP-CHP	28,01
Trabzon	AKP-CHP	25,94
Ardahan	AKP-CHP	25,63
Aydın	AKP-CHP	23,68
Eskişehir	AKP-CHP	22,88
Giresun	AKP-CHP	21,02
İzmir	AKP-CHP	20,56
Hatay	AKP-CHP	20,45
Bolu	AKP-CHP	16,39
Burdur	AKP-CHP	14,91
Tekirdağ	AKP-CHP	12,78
Antalya	AKP-CHP	11,64
Bursa	AKP-CHP	11,18





CHP, hem 2009 hem de 2014 yerel seçimlerinde Türkiye genelinde ikinci parti olmuştur. 2009 yerel seçimlerinde CHP'nin il genel meclisi seçiminde %10'luk barajı geçtiği fakat belediye başkanlığı yarışında önde olan iki partiden biri olmadığı il sayısı 27'dir. Bu illerin sadece 11'inde CHP seçmeninin en az %10'luk kısmı stratejik oy kullanmıştır. Bu iller şunlardır: Afyon, Balıkesir, Erzincan, Eskişehir, Kastamonu, Manisa, Nevşehir, Ordu, Rize, Sakarya ve Düzce. Stratejik oy için gerekli durumun olduğu fakat CHP seçmeninin stratejik oy kullanmadığı iller; Adana, Adıyaman, Amasya, Gümüşhane, Malatya, Niğde, Sivas, Tokat, Tunceli, Uşak, Karaman, Bartın, Ardahan, Yalova, Kilis ve Osmaniye'dir.

**Tablo 33:** CHP Seçmeninin Stratejik Davranabilme Durumuyla Karşılaştığı İller (2009)

<u>İl Adı</u>	<u>Stratejik Davranış</u>
Afyon	Var
Balıkesir	Var
Düzce	Var
Erzincan	Var
Eskişehir	Var
Kastamonu	Var
Manisa	Var
Nevşehir	Var
Ordu	Var
Rize	Var
Sakarya	Var
Adana	Yok
Adıyaman	Yok
Amasya	Yok
Ardahan	Yok
Bartın	Yok
Gümüşhane	Yok
Karaman	Yok
Kilis	Yok
Malatya	Yok
Niğde	Yok

Osmaniye	Yok
Sivas	Yok
Tokat	Yok
Tunceli	Yok
Uşak	Yok
Yalova	Yok

Oy ayırma eğilimleri üzerinden yapılan analize göre CHP seçmeninin, MHP seçmeninden bazı noktalarda ayrıldığı görülür. CHP seçmeni, neredeyse her ilde<sup>34</sup> seçim mücadelesinin ilk iki sırasında bulunan AKP'nin adaylarına karşı ideolojik yakınlık hissetmemektedir. Dolayısıyla, seçmenin strateji kurması nispeten daha kolay olmuştur. CHP seçmeni 2009 seçimlerinde yalnızca iki ilde kendi ideolojik çizgisine yakın bir parti olan DSP'nin adayına yönelik stratejik oy kullanmıştır. 2014 seçimleri de dahil olmak üzere, geriye kalan tüm illerde kurulan tek strateji senaryosu, AKP'nin seçilmesini önlemek için o ildeki en güçlü adaya yönelik oy vermektir. Sıklıkla MHP için olmak üzere, bu oyların yönü bir ilde ANAP'a yönelik olmuştur.

**Tablo 34:** CHP Seçmeninin Oyunu Harcamama Stratejisini Uyguladığı İller (2009)

İl Adı	Seçim Mücadelesi Veren Partiler	SD'nin Yönü	SD'nin Büyüklüğü
Eskişehir	AKP-DSP	DSP	63,74
Ordu	AKP-DSP	DSP	22,52

<sup>34</sup> 2009 yerel seçimlerinde AKP'nin seçimlerde ilk iki sırada bulunmadığı iller, Aydın, Mersin ve Muğla'dır.

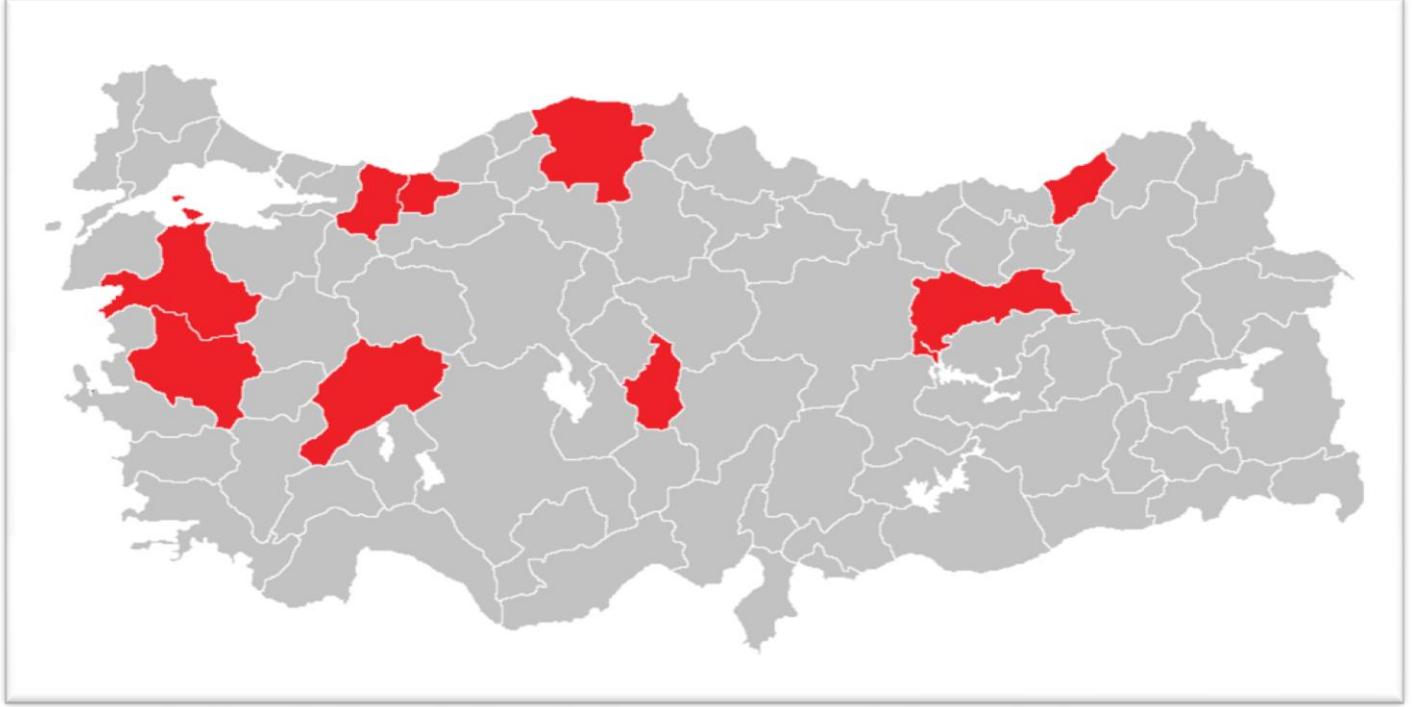
**Harita 5:** CHP Seçmenin Oyunu Harcamama Stratejisini Uyguladığı İller (2009)



**Tablo 35:** CHP Seçmenin En Kötüden Kaçınma Stratejisini Uyguladığı İller (2009)

İl Adı	Seçim Mücadelesi Veren Partiler	SD'nin Yönü	SD'nin Büyüklüğü
Kastamonu	AKP-MHP	MHP	31,17
Sakarya	AKP-MHP	MHP	29,73
Düzce	AKP-MHP	MHP	26,71
Afyon	AKP-MHP	MHP	22,93
Nevşehir	AKP-MHP	MHP	19,22
Erzincan	AKP-MHP	MHP	17,25
Balıkesir	AKP-MHP	MHP	15,19
Manisa	AKP-MHP	MHP	12,55
Rize	AKP-ANAP	ANAP	10,06

**Harita 6:** CHP Seçmeninin En Kötüden Kaçınma Stratejisini Uyguladığı İller (2009)



2014 yılında yapılan seçimlerde siyasi arenada varlık gösterebilen parti sayısında meydana gelen düşüş sebebiyle CHP'nin adayının başkanlık yarışında ilk iki sırada bulunmadığı fakat belediye meclisi seçiminde %10'luk barajı aştığı sadece 16 il olmuştur. Bu illerin yalnızca altısında CHP'li seçmenlerin stratejik davrandığı görülmüştür. Stratejik oy için gerekli durumun olduğu fakat CHP seçmeninin stratejik oy kullanmadığı iller: Adana, Amasya, Bilecik, Mersin, Kırşehir, Niğde, Samsun, Uşak, Karaman ve Bartın.

**Tablo 36:** CHP Seçmeninin Stratejik Davranabilme Durumuyla Karşılaştığı İller (2014)

<b>İl Adı</b>	<b>Stratejik Davranış</b>
Balıkesir	Var
Erzincan	Var
Isparta	Var
Kastamonu	Var
Manisa	Var
Osmaniye	Var
Adana	Yok
Amasya	Yok
Bartın	Yok
Bilecik	Yok
İçel	Yok
Karaman	Yok
Kırşehir	Yok
Niğde	Yok
Samsun	Yok
Uşak	Yok

**Tablo 37:** CHP Seçmeninin En Kötüden Kaçınma Stratejisini Uyguladığı İller (2014)

<b>İl Adı</b>	<b>Seçim Mücadelesi Veren Partiler</b>	<b>SD'nin Yönü</b>	<b>SD'nin Büyüklüğü</b>
Kastamonu	AKP-MHP	MHP	33,82
Isparta	AKP-MHP	MHP	18,06
Manisa	AKP-MHP	MHP	14,18
Balıkesir	AKP-MHP	MHP	13,64
Erzincan	AKP-MHP	MHP	13,48
Osmaniye	AKP-MHP	MHP	12,01

**Harita 7:** CHP Seçmeninin En Kötüden Kaçınma Stratejisini Uyguladığı İller (2014)



Yukarıdaki tablolarda açık bir şekilde CHP seçmeninin strateji kurarken nadiren ideolojik yakınlığa göre stratejisini oluşturduğu görülmektedir. Hem 2009 hem de 2014 seçimlerinde oyunu ayıran CHP seçmeninin en genel amacı, AKP'nin en yakın rakibini tercih ederek onun seçimi kazanmasını önlemektir. Bu durumda her iki seçim için de hipotez, doğru olarak kabul edilmiştir.

**Tablo 38:** CHP Seçmeninin Uyguladığı Strateji Senaryolarının Dağılımı (2009-2014)

	<b>En Kötüden Kaçınmanın Görüldüğü İl Sayısı (Senaryo 1)</b>	<b>Oyunu Harcamamanın Görüldüğü İl Sayısı (Senaryo 2)</b>
2009	9	2
2014	6	-

H<sub>5</sub>: AKP, neredeyse tüm illerde başkanlık yarışını önde götüren iki adaydan birini çıkaran parti olması sebebiyle seçmeni samimi davranma eğilimindedir.

**Tablo 39:** AKP Seçmeninin Stratejik Davranabilme Durumuyla Karşılaştığı İller (2009)

İl Adı	Seçim Mücadelesi Veren Partiler	Stratejik Davranış	AKP'nin Oyunu Koruma Oranı
Aydın	CHP-MHP	Yok	93,82
Mersin	CHP-MHP	Yok	93,27
Muğla	CHP-MHP	Yok	90,87

Yukarıdaki tabloda AKP seçmeninin stratejik davranabilme durumuyla karşılaştığı iller yer almaktadır. 2009 seçimlerinde AKP'nin adayının ilk iki sırada bulunmadığı iller Aydın, Mersin ve Muğla'dır. Uygun şartlara rağmen, AKP seçmen kitlesinin %90'dan fazlası belediye başkanlığı yarışında kazanma şansı olmamasına rağmen partisinin adayını desteklemeye devam etmiştir. Bu durumun arkasında yatan sebeplerin başında AKP'nin diğer 78 ilde ilk ikinci sırada yer almasının yarattığı algı gelmektedir. Partinin Türkiye genelinde sahip olduğu seçmen kitlesinin dengeli dağılımı sebebiyle başka partilere yönelik oy verme durumu gerçekleşmemektedir. AKP oylarında meydana gelen kopuşların sebebi, bilinçli tercihin dışında gelişen yanlışlıkla başka partiye oy verilmesi ya da seçmeninin belediye başkanlığı seçimi için oy kullanmamayı tercih etmesidir.

2014 yerel seçimlerinde de AKP seçmeni, stratejik oy verebileceği durumla üç ilde karşılaşmıştır ve hiçbiri, yarışı AKP'nin önde tamamlayacağına dair bir beklentileri olmasa da seçmenlerin önemli sayılabilecek bir bölümü başka partiyi destekleme yoluna



gitmemiştir. AKP'nin samimi oy oranları en fazla Tunceli'de düşmüştür. Buradan hareketle, hipotez kabul edilmiştir.

**Tablo 40:** AKP Seçmeninin Stratejik Davranabilme Durumuyla Karşılaştığı İller (2014)

İl Adı	Seçim Mücadelesi Veren Partiler	Stratejik Davranış	AKP'nin Oyunu Koruma Oranı
Kars	CHP-MHP	Yok	94,43
Iğdır	BDP-MHP	Yok	90,59
Tunceli	BDP-CHP	Yok	81,02

$H_6$  : 2009 seçimlerinde DTP'nin seçim yarışını önde götürdüğü seçim bölgelerinde, DTP'nin gücünü azaltmak isteyen ya da dengelemek isteyen seçmenlerin AKP'ye yönelik stratejik oy verme ihtimali artar.

Bu seçimlerde DTP'nin adayının, belediye başkanlığı için öne çıkan iki adaydan birisi olduğu illerle ilgili özet tablosu şu şekildedir:

**Tablo 41:** DTP'nin Seçim Yarışında Önde Olduğu İller (2009)

<b>İl Adı</b>	<b>2004 Seçimlerinde Adayı Kazanan Parti</b>	<b>DTP'nin 2009 Seçimlerindeki En Güçlü Rakibi</b>	<b>Üçüncü Sırada Bulunan Adayın Partisi</b>	<b>Stratejik Davranış</b>
Ağrı	AKP	AKP	SP	Yok
Bingöl	AKP	AKP	SP	Yok
Bitlis	AKP	AKP	SP	Yok
Diyarbakır	SHP	AKP	-	-
Hakkari	SHP	AKP	-	-
Mardin	SHP	AKP	-	-
Muş	AKP	AKP	-	-
Siirt	AKP	AKP	-	-
Tunceli	CHP	AKP	CHP	Yok
Van	AKP	AKP	-	-
Batman	SHP	AKP	-	-
Şırnak	AKP	AKP	-	-
İğdır	MHP	AKP	MHP	Yok

Yukarıdaki özet tablodan da görüldüğü üzere DTP'nin varlık gösterebildiği 13 ilin her birinde karşısında AKP'nin adayı vardır. 14 ilin sadece beşinde %10'luk temsil barajını aşan parti sayısı ikiye geçmiştir. Bu illerde, SP, CHP ve MHP'den oluşan partilerin seçmenleri ne DTP'nin ne de AKP'nin adaylarına yönelik oy kullanmayı tercih etmişlerdir. Dolayısıyla, DTP karşıtı sayılabilecek bir stratejik davranışa rastlanmadığı için bu hipotez reddedilmiştir.

H<sub>7</sub> : 2014 seçimlerinde BDP'nin seçim yarışını önde götürdüğü seçim bölgelerinde, BDP'nin gücünü azaltmak isteyen ya da dengelemek isteyen seçmenlerin AKP'ye yönelik stratejik oy verme ihtimali artar.

**Tablo 42:** BDP'nin Seçim Yarışında Önde Olduğu İller (2014)

İl Adı	2009 Seçimlerinde Adayı Kazanan Parti	BDP'nin Seçimlerindeki En Güçlü Rakibi	Üçüncü Sırada Bulunan Adayın Partisi	Stratejik Davranış
Ağrı	AKP	AKP	-	-
Bingöl	AKP	AKP	-	-
Bitlis	AKP	AKP	-	-
Diyarbakır	DTP	AKP	-	-
Hakkari	DTP	AKP	-	-
Mardin	AKP	AKP	-	-
Muş	AKP	AKP	-	-
Siirt	DTP	AKP	-	-
Tunceli	DTP	CHP	AKP	Yok
Şanlıurfa	BĞMZ	AKP	-	-
Van	DTP	AKP	-	-
Batman	DTP	AKP	-	-
Şırnak	DTP	AKP	-	-
Iğdır	DTP	MHP	AKP	Yok

Bir önceki yerel seçimlerde DTP'nin adayının seçim yarışında ilk iki sırada bulunduğu illerde 2014 seçimlerinde BDP vardır. BDP'nin adaylarının seçimlerdeki en güçlü rakipleri 12 ilde AKP, bir ilde CHP ve bir ilde MHP'dendir. Ancak CHP ve MHP'nin adaylarının güçlü rakipler olduğu illerde üçüncü sırada başka bir partinin adayı %10'luk sınırı geçmeyi başarmıştır. 14 ilin sadece ikisinde üçüncü sırada bir parti bulunduğu için stratejik davranışın görülme ihtimali olan il sayısı ikide kalmıştır. Yine 2009 seçimlerine benzer şekilde 2014 seçimlerinde BDP'nin önde yarıştığı illerde stratejik oy verme davranışı görülmemiştir. Dolayısıyla, bu hipotez reddedilmiştir.

Büyükşehirlerde %10'lık temsil sınırını aşmadıkları için stratejik davranış olarak değerlendirmeye katılmaması rağmen, diğer partilerin seçmenlerinin BDP'nin en güçlü rakibine önemli ölçüde destek verdikleri iller vardır.

**Tablo 43:** Diyarbakır Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı (2014)

Parti Adı	BDP	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
BDP	97,26	1,18	55,3
AKP	2,06	95,41	33,9
<b>CHP</b>	2,67	<b>25,52</b>	1,4
<b>BBP</b>	4,41	<b>39,69</b>	1,1
<b>SP</b>	5,56	<b>26,04</b>	0,9
Oy Oranı (Bel. Baş.)	55,32	34,47	

**Tablo 44:** Mardin Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı (2014)

Parti Adı	Bağımsız	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
BDP	96,76	0,12	52,44
AKP	1,60	94,95	34,25
<b>SP</b>	2,02	<b>47,12</b>	6,56
<b>CHP</b>	4,40	<b>37,42</b>	1,5
MHP	5,44	4,07	0,66
<b>BBP</b>	5,52	<b>70,79</b>	0,47
Diğer	84,62	4,85	2,85
Oy Oranı (Bel. Baş.)	52,1	37,55	

**Tablo 45:** Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı (2014)

Parti Adı	AKP	BDP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	91,43	3,89	54,12
BDP	0,12	98,59	26,44
<b>SP</b>	<b>71,48</b>	11,92	6,46
<b>MHP</b>	<b>83,26</b>	0,07	4,71
<b>CHP</b>	<b>28,86</b>	10,16	1,23
<b>BBP</b>	<b>39,24</b>	3,13	0,52
Oy Oranı (Bel. Baş.)	60,76	30,70	

**Tablo 46:** Van Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı (2014)

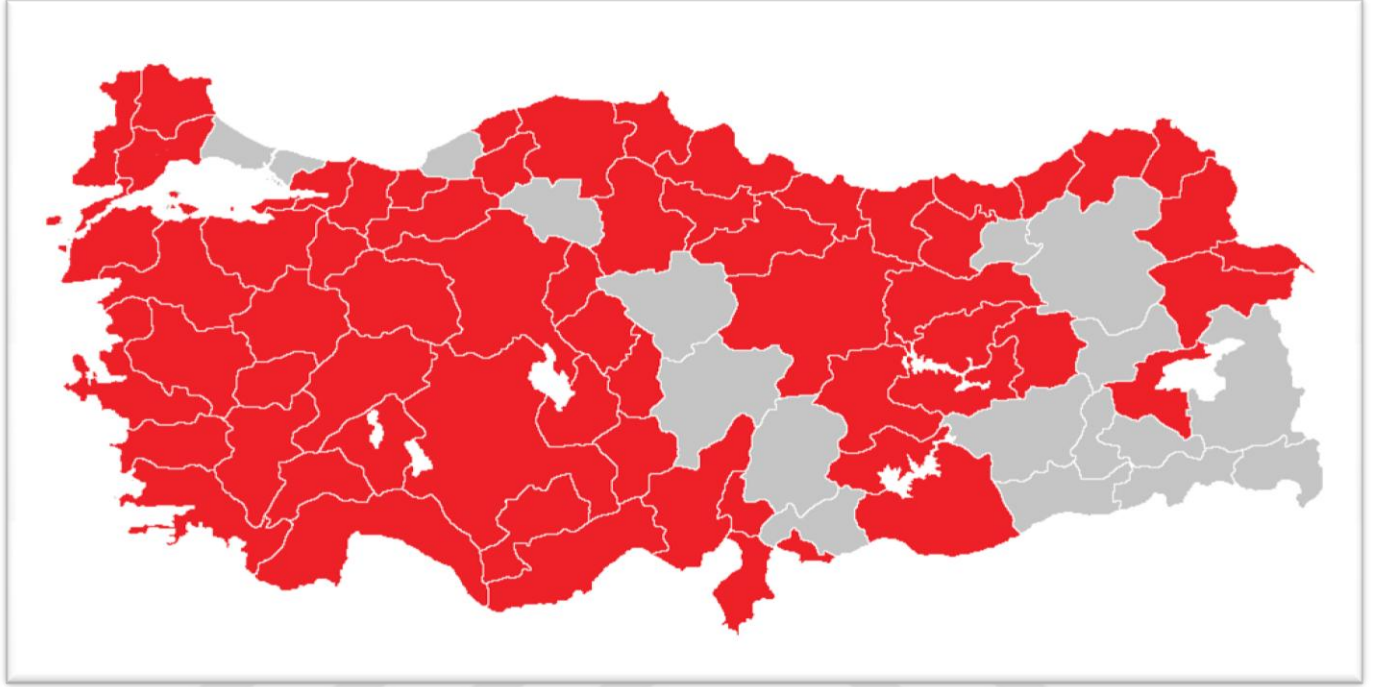
<b>Parti Adı</b>	<b>BDP</b>	<b>AKP</b>	<b>Oy Oranı (Bel. Mec.)</b>
BDP	98,66	0,09	53,23
AKP	0,50	96,42	40,52
<b>SP</b>	4,90	<b>43,27</b>	1,67
<b>CHP</b>	8,92	<b>18,83</b>	1,03
<b>MHP</b>	1,75	<b>18,99</b>	0,84
<b>BBP</b>	2,96	<b>21,30</b>	0,53
Oy Oranı (Bel. Baş.)	54,14	40,81	

Yukarıdaki büyükşehirlerde stratejik oy verme oranlarının işaret ettiği üzere, BDP karşısında MHP, BBP, CHP ve SP seçmenleri AKP'nin adayını önemli ölçüde desteklemektedir. Her ne kadar bu partilerin belediye meclisi seçimlerinde aldıkları oylar %10'luk sınırı geçmediği için seçmenlerinin oy ayırmaları stratejik olarak değerlendirilmese de, AKP'ye yönelik var olan desteğin görülmesi açısından önemlidir.

**H<sub>8</sub>:** 2009 ve 2014 yerel seçimlerinde, oyunu harcamaktan kaçınmak için ideolojik açıdan yakın olan partiye yönelik stratejiden ziyade 'en kötüden kaçınma' stratejisi daha yaygındır.

Daha önce CHP ve MHP seçmeniyle ilgili yapılan hipotez testlerindeki sonuçların da işaret ettiği üzere Türkiye'de yapılan son iki yerel seçimlerde en yaygın olarak en kötüden kaçınma stratejisi sebebiyle oy ayırma gerçekleşmiştir.

**Harita 8:** Strateji Senaryolarının Uygulanabileceği İller (2009)



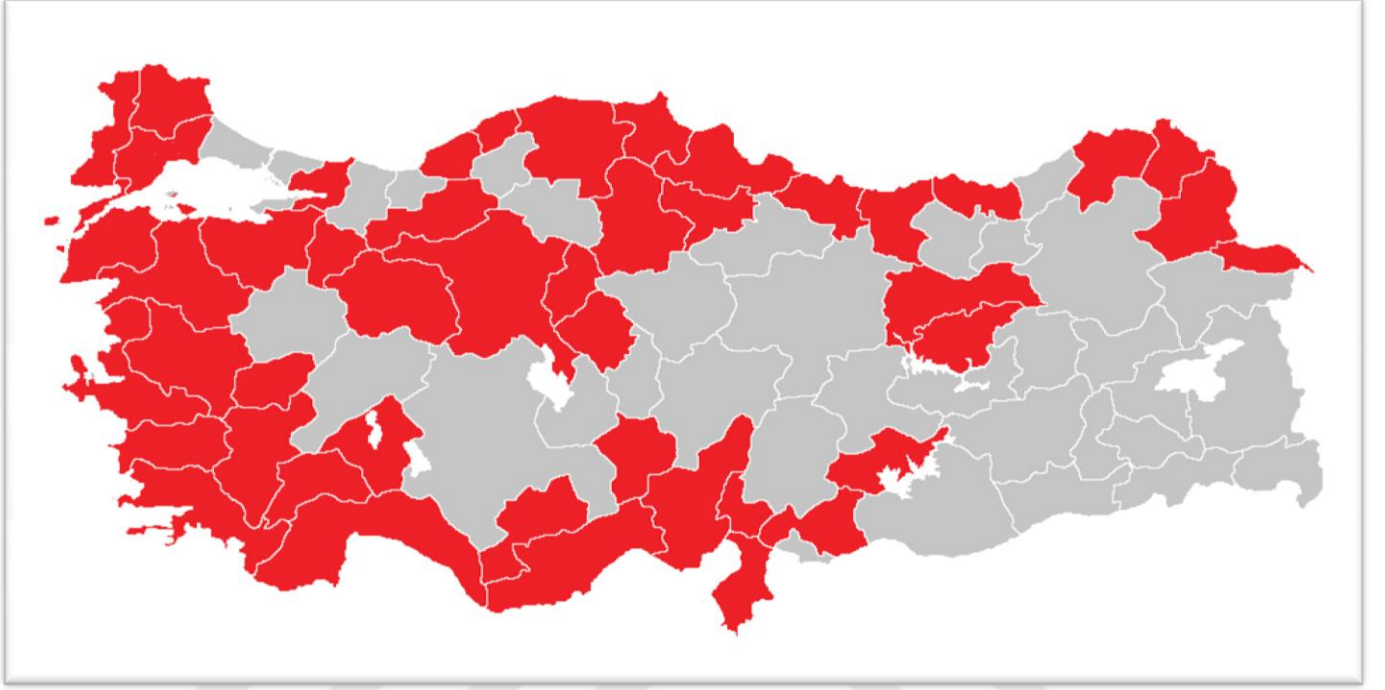
**Tablo 47:** Tüm Seçmenlerin Uyguladığı Strateji Senaryolarının Dağılımı (2009)

Oyunu Harcamama		En Kötüden Kaçınma	
SD'nin Yönü	Görülme Sıklığı	SD'nin Yönü	Görülme Sıklığı
CHP -> DSP	2	CHP -> ANAP	1
MHP -> AKP	9	CHP -> MHP	9
DYP -> AKP	1	MHP -> CHP	9
DP -> MHP	1	MHP -> DSP	2
MHP -> ANAP	1		
MHP -> SP	1		
SP -> AKP	1		
<b>TOPLAM</b>	<b>16</b>	<b>TOPLAM</b>	<b>21</b>

**Harita 9:** Stratejik Oy Verme Davranışının Görüldüğü İller (2009)



**Harita 10:** Strateji Senaryolarının Uygulanabileceği İller (2014)

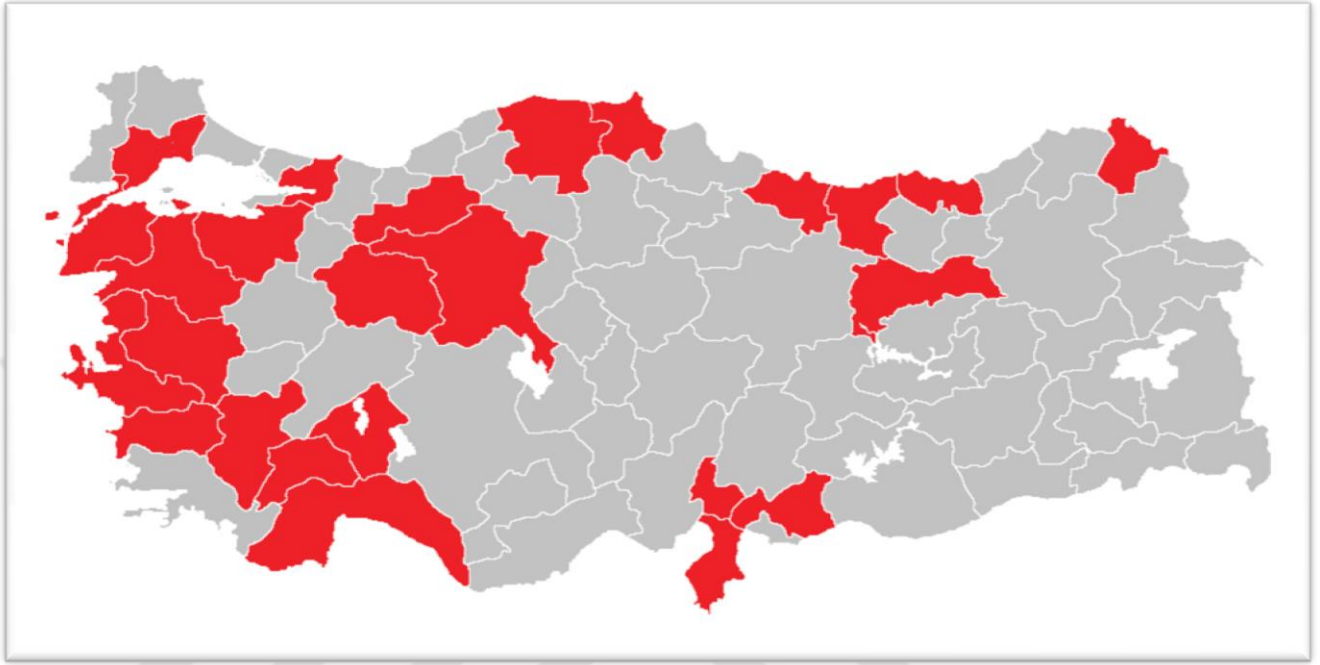


**Tablo 48:** Tüm Seçmenlerin Uyguladığı Strateji Senaryolarının Dağılımı (2014)

Oyunu Harcamama		En Kötüden Kaçınma	
SD'nin Yönü	Görülme Sıklığı	SD'nin Yönü	Görülme Sıklığı
CHP -> DSP	2	CHP -> MHP	4
MHP -> AKP	4	MHP -> CHP	6
SP -> AKP	1	MHP -> DSP	2
TOPLAM	7	TOPLAM	12



**Harita 11:** Stratejik Oy Verme Davranışının Görüldüğü İller (2014)



**Tablo 49:** Tüm Seçmenlerin Uyguladığı Strateji Senaryolarının Dağılımı (2009-2014)

	En Kötüden Kaçınmanın Görüldüğü İl Sayısı (Senaryo 1)	Oyunu Harcamamanın Görüldüğü İl Sayısı (Senaryo 2)
2009	21	16
2014	12	7

2009 yerel seçimlerinde strateji kurmaya uygun olan, ikiden fazla partinin %10'luk barajdan yüksek oy aldığı il sayısı 64'tür. Bu illerin 37'sinde stratejik davranış görülmüştür. 21 ilde en kötüden kaçınma ve 16 ilde oyunu harcamaktan kaçınma senaryosu uygulanmıştır. 2014 seçimlerinde strateji kurmaya uygun il sayısı 46'ya düşmüştür. Bu illerden 12'sinde en kötüden kaçınma ve 7'sinde oyunu harcamaktan kaçınma senaryosu uygulanmıştır.

Yapılan analizlerin neticesinde stratejik oy verme şartlarını sağlayan il sayısında görülen azalmanın arkasında yatan sebebiniki seçim dönemi arasında küçük partilerin

siyaset arenasından neredeyse silinip gitmeleri olduğu görülmüştür. Kurumsalca yaklaşım, çoğunlukçu seçim sisteminde uzun vadede partilerin en çok oyu alma amacıyla ortalama seçmeni kaybetmemek için merkeze yakın politikalar üreteceğini öngörür. Bu durumun doğal neticesi olarak büyük partiler arasında siyasi görüş farklılıkları silikleşir. Bu öngörüyle paralel olarak son yıllarda CHP'nin 'herkesi yakala' partisine dönüşerek merkeze yakın politikalar ürettiği Uysal (2011) tarafından ortaya konmuştur. Bu noktadan hareketle yerel seçimler için seçmenlerin gözünde kendilerinin ve partilerin siyasi yelpazede aldıkları konumun nitel yöntemlerle çalışılarak belirlenmesi ihtiyacı doğar. Çarkoğlu (2007) bu konudaki eksikliği gidermek için anket uygulamasıyla seçmenlere görüşlerini sağ-sol boyutunda yerleştirmeleri isteyerek bu mevzilenmede etkili faktörleri analiz etmiştir. Tüm ülkeyi kapsayan saha çalışmasıyla benzer prensiplerle yola çıkarak günümüzde seçmenlerin gözünde partilerin siyasi mevzilerinin nasıl olduğunu belirleyecek bir çalışmaya ihtiyaç vardır.

Bu çalışmanın sonucunda ortaya çıkan diğer bir bulgu ise Doğu ve Güneydoğu bölgelerinde stratejik oy vermenin mümkün olduğu il sayısının az olmasıdır. İki den fazla partinin belediye meclisinde %10'luk temsil hakkı kazandığı iller Ege, Marmara, Karadeniz ve Akdeniz bölgelerinde yoğunla bulunmaktadır. Elbette bu farklılığın yaşanmasında siyasi arenada çok sesliliğin giderek azalması ve siyasi kutuplaşmanın artmasının payı büyüktür. Doğu ve Güneydoğu illeri genel olarak iki partinin siyasi mücadele verdiği illere dönüşmektedir.

Çalışmanın bu bölümünde Türkiye seçmen davranışı literatüründe önemli bir eksik olan yerel seçimlerdeki stratejik oy verme davranışının analizine yer verilmiştir.

Analiz gerçekleştirilirken toplu veri üzerinden birey düzeyinde çıkarım yapılırken sıkça karşılaşılan ekolojik yanılđı hatasına bir zm öneren King'in, EI modeli kullanılmıştır. Çok partili seçimlere uygun hale getirilerek kullanılan model ile birlikte 2009 ve 2014 yerel seçimlerindeki stratejik oy verme davranışının görülme sıklığı, yönü ve büyüklüğü belirlenmiştir. Ayrıca, hipotez testleriyle partiler arası karşılaştırma ve uygulanan strateji senaryoları detaylı bir biçimde ele alınmıştır.



## SONUÇ

Siyaset bilimi literatüründe seçmen davranışı çalışmaları önemli bir yere sahiptir. Bu çalışmalarda seçmenlerin oy verme kararını etkileyen unsurlar hem bireysel hem de yapısal açıdan değerlendirilir. Oy verme kararının ait olunan sosyal grup tarafından belirlendiğini iddia eden sosyolojik model ile belli bir partiyle kurulan aidiyet hissinin bir sonucu olduğunu iddia eden psikolojik model literatürde uzun yıllar hakim görüşü oluşturmuştur. Davranışçılık ekolünün yükselmesiyle birlikte seçmenlere pasif rol yükleyen bakış açısı yerini bireysel çıkarları için yaptığı kar/zarar hesaplamaları sonucunda oy verdiği düşünülen rasyonel seçmen bakış açısına bırakmıştır. Davranışçılık ekolü, seçmen davranışı literatüründe iktisat alanındaki rasyonaliteye benzer varsayımları kabul eden rasyonel tercih modeli olarak karşılık bulmuştur. Bu modele, her parti izlediği politikaları seçmenlere sunar. Seçmenler de, tıpkı pazar yerinde dolaşan bir tüketici gibi düşünüp partilerin politikalarını karşılaştırarak kendilerine en fazla faydayı getirecek partiyi seçer.

Stratejik oy verme modeli, bu modelin içinden doğmuş ve teorik açıdan yeni bir boyut kazandırmıştır. Bu model, öncelikle seçmenlerin her durumda en çok tercih ettikleri parti için oy kullandıkları varsayımını reddeder. Seçmenlerin kendi çıkarları doğrultusunda hareket ettikleri varsayımını bir kenara bırakmadan, seçim kurallarını amaçlarına yönelik kullanarak istedikleri sonuçları elde etmek için en çok tercih ettikleri partiden başka bir alternatifine yönelebilecekleri durumları hesaplamalara dahil eder. Böylece rasyonel seçmen varsayımının bir parçası olan seçimlere araçsal yaklaşma tam karşılığını bulmuş olur. Çünkü seçmenler için nihai amaç, seçimler sonucunda en çok tercih ettikleri partinin oy potansiyelini doğru yansıtmak değil, istedikleri tablonun

oluşmasını sağlamaktır. Rasyonel seçmenler, stratejiler kurup uygulayarak esas amacı düzeni sağlamak ve korumak olan kuralları kendi istedikleri sonucu ortaya çıkaracak şekilde etkileyebilmektedirler. Bu durum, kurumların işleyişini iyi derecede çözen bireylerin kurallara hakim olacak şekilde iyi öğrendiklerinin ve onları kontrol etme yetilerinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Bu sebeplerden dolayı seçmenlerin kullandığı her oy, samimi oy olarak değerlendirilmemelidir. Ayrıca seçimlerde seçmenlerin verdiği mesajları doğru okuyabilmek için stratejik oy verme davranışının hangi durumlarda, ne boyutta ve yönde olduğu araştırılmalıdır. Fakat bu davranışın analizi yöntemsiz birtakım zorluklar içermektedir. Anket yöntemi kullanarak tüm seçmen kitlelerini temsil eden ve geniş zamana yayılan kapsamlı bir araştırma yapmak güçtür. Diğer yandan, toplu veri örneği olan seçim sonuçlarının basit yöntemlerle analiz edilmesi ve birey düzeyinde çıkarım yapılması ekolojik yanlılığı sorununu doğurur.

Demokratik hayatı askeri darbelerle kesintiye uğrayan Türkiye’de sık sık partilerin kapatılması ve yoğun sosyal hareketlilik sebebiyle parti oy oynaklığı yüksektir. Seçimlerde görülen oynaklık akademik çevrelerin epey ilgisini çekmektedir. Fakat seçmenlerin stratejik oy verebilme durumu yapılan çalışmaların önemli bir çoğunluğunda göz ardı edilmiştir. Türkiye’deki seçim kurallarının kısıtlayıcılık boyutu düşünüldüğünde bu konudaki eksiklik daha çarpıcı hale gelir. Son yıllarda yerel seçimlerde başarı kazanmanın genel seçimlerde alınan sonuçlar üzerinde olumlu etkilerinin görülmesi, partilerin yerel düzeydeki mücadeleye büyük önem vermelerine sebep olmuştur. Aynı şekilde seçmenler de sadece genel seçimlerde değil, yerel seçimlerde de oylarının değerinin farkına vararak bilinçlenmişlerdir. Kısıtlayıcı seçim kuralları karşısında bilinçli seçmenler, 2009 ve 2014 yerel seçimlerinde elde etmek

istedikleri sonuçlara ulaşmak için oylarının değerinin ve bu sonucu elde etmek için nasıl bir yol izlemeleri gerektiğinin farkındadırlar.

Türkiye seçmen davranışı literatüründe görülen diğer eksiklik ise seçim sonuçlarının ileri seviye nicel araştırma teknikleriyle analiz edilmemiş olmasıdır. Oysa doğru analiz etmek mümkün olduğunda seçim sonuçları, seçmen davranışları hakkında önemli bilgi kaynağıdır. Bu çalışmanın temel amacı, literatürde görülen bu eksiklikleri gidermektir.

Bu tez çalışmasında, literatürde görülen iki eksikliği giderme amacıyla 2009 ve 2014 yerel seçimlerindeki stratejik oy verme davranışı, yerel seçimlere uygun hale getirilen EI modeli ile sandık bazında analiz edilmiştir. Seçim yarışının her ilde farklı dinamikler çerçevesinde gerçekleştiği düşünülerek her il için ayrı ekolojik çıkarım yapılmıştır. Yerel seçim kurallarının seçmenleri hangi yönlerden kısıtladığı değerlendirilerek seçimlerde kurulması mümkün strateji senaryoları belirlenmiştir. Seçmenlerin bu senaryoları uygulama sıklıkları, farklı partilerin seçmenleri arasında görülen benzerlikler ve farklılıklar ile stratejik davranışın genel tabloda nerelerde ve hangi yönde görüldüğü analiz edilmiştir. Birey düzeyinde çıkarım yapılmasına olanak sağlayan EI modeliyle üretilen veri seti üzerinden hipotez testleri gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışmada, aynı anda birden fazla seçim için oy kullanılan, diğer bir deyişle, özdeş seçimlerden olan yerel seçimler üzerinde uygulama yapılarak gizli oy uygulaması sebebiyle meydana gelen bilinmezlerin hata payını kontrollü bir şekilde daraltılması sağlanmıştır. Yerel seçimlerde hem belediye başkanlığı hem de belediye meclisi için seçmenler aynı sandıklarda oy kullanırlar. Seçimlerin türü ve sistemi dışında oluştukları

şartlar tamamen özdeşdir. Dolayısıyla bir seçimden diğerine oy tercihlerinin değişmesinin sebebi stratejik bir karar olarak yorumlanmıştır.

Bu noktadan hareketle, belediye meclisi seçimlerinde %10 barajlı nispi temsil sistemiyle birden fazla parti temsil hakkı kazandığı için seçmenlerin samimi oy verdiği varsayılmıştır. Belediye başkanlığı seçimlerinde ise çoğunlukçu esas uygulandığı için eğer bir seçmenin en çok tercih ettiği partinin adayının kazanma ihtimali yoksa, seçmen için iki farklı strateji senaryosunu uygulamak mümkündür. İlk senaryoya göre, eğer seçmen oyunu kazanamayacak bir adaya vererek harcamaktan kaçınıyorsa ideolojik olarak kendine yakın hissettiği bir partinin adayına yönelik oy verir. İkinci senaryoya göre; eğer kazanma ihtimali olan adaylardan birinin kazanması o seçmen için en kötü senaryo ise en kötüden kaçınmak için onun en güçlü rakibine yönelik oy verir.

Yapılan hipotez testleriyle Türkiye yerel seçimlerinde stratejik seçmen davranışıyla ilgili şu sonuçlara varılmıştır:

- Her iki seçim döneminde de belediye başkanlığı seçimlerini üçüncü sırada bitiren adayın aldığı oyun, seçimleri ikinci sırada bitiren adayın aldığı oya oranı  $(\frac{S}{F})$  1'e yaklaştıkça stratejik oy verme davranışının görülme olasılığı azalmaktadır. Yine aynı eğilimle bu eşitlik 0'a yaklaştıkça stratejik oy verme davranışının görülme olasılığı artma eğiliminde olduğu görülmüştür. Diğer bir deyişle, eğer ikinci ve üçüncü sıradaki adaylar arasında belirgin bir oy farkı yoksa seçmenler için strateji kurmak zorlamaktadır.
- Stratejik oy verme davranışı, büyükşehirlerde diğer illere kıyasla daha yaygındır. Büyükşehirlerde iletişim araçlarının daha yaygın olarak kullanılması siyasi elitler

ile seçmenler arası ve seçmenlerin kendi aralarında olan iletişimin daha yoğun olmasını sağlamaktadır. Bu sebeple en çok tercih ettiği partinin adayının belediye başkanlığı yarışını kazanma ihtimali olmayan seçmenler, strateji geliştirerek belli bir aday için koordine olup destek sağlayabilmektedirler. Özellikle iki stratejiden biri olan en kötüden kaçınma stratejisi, çeşitli sosyal medya platformları aracılığıyla duyurulmuştur. Hipotez testleri sonucunda büyükşehirlerde stratejik oy verme davranışının daha yaygın olduğunun saptanması, seçimler öncesi böyle kampanyaların seçmenleri etkilediğinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir. 2009 seçimlerinde büyükşehirlerin %60'ında ve diğer illerin %37,73'ünde; 2014 seçimlerinde büyükşehirlerin %78,95'inde ve diğer illerin %40,74'ünde stratejik davranış görülmüştür.

- 2009 ve 2014 yerel seçimlerini ikinci sırada bitiren CHP ve üçüncü sırada bitiren ve MHP'nin seçmenleri, stratejik davranma potansiyeli yüksek seçmen kitleleridir. Dolayısıyla, bu iki büyük partinin seçmeninin nasıl düşünerek ve ne sıklıkla stratejik oy verdiklerini analiz etmek önemlidir. Her iki seçimde en fazla oyu alan AKP'nin karşısında bu partilerin seçmenlerinin, stratejik oy kullanırken oylarını harcamaktan kaçınarak ideolojik yakınlıktan ziyade en kötüden kaçınma stratejisini kurmaya eğilimli olduğu görülmüştür. Bu strateji, CHP seçmeni tarafından nispeten daha tutarlı şekilde hayata geçirilmiştir. AKP ve MHP'nin ideolojik yakınlığı bazı illerde stratejik davranan MHP seçmeninin bölünmesine yol açmıştır. MHP'nin bazı seçmenleri en kötüden kaçınma stratejisini kurarken, bazı seçmenleri oylarını harcamaktan kaçınarak ideolojik yakınlık hissettikleri AKP'nin adayına yönelik oy kullanmıştır. Seçmen kitlesinde görülen bu



bölünmeler, bazı illerde seçimlerin kaderini belirlemiştir. Diğer bir deyişle, eğer MHP seçmeni belli bir strateji senaryosu arkasında koordine olabilseydi, seçimlerde istedikleri sonucun oluşmasında daha fazla etkili olabilirdi.

- AKP'nin her iki seçim döneminde de neredeyse tüm illerde başkanlık yarışını önde götüren iki adaydan birini çıkararak parti olması sebebiyle seçmeni samimi davranma eğilimindedir. Stratejik davranma potansiyelinin olduğu illerde de AKP seçmeni, samimi davranarak belediye başkanlığı seçiminde kazanma şansı olmadığını bildiği halde AKP'nin adayı desteklemiştir.
- 2009 seçimlerinde DTP'nin ve 2014 seçimlerinde BDP'nin seçim yarışını önde götürdüğü illerde en güçlü rakibi AKP olmuştur. Bu duruma, diğer partilerin seçmenlerin nasıl karşılık verdiği önemlidir. Oylarını harcamamak için ideolojik yakınlık hissettikleri partinin adayına yönelik stratejik oy verebilecekleri gibi, en kötünden kaçınmak için onun en güçlü rakibine yönelik de stratejik oy kullanabilirler. Hipotez testleri sonucunda stratejik oy kullanabilmek için gerekli şartların oluştuğu az sayıda il olduğu görülmüştür ve bu illerde etkili stratejik oy verme gerçekleşmemiştir. Fakat bir partinin seçmeninin stratejik oy kullanılabilmesi için gereken belediye meclisi seçiminde %10'dan fazla oy alma şartı göz ardı edildiğinde 2014 seçimlerinde büyükşehirlerde AKP'nin SP, CHP, BBP ve MHP seçmenlerinden destek gördüğü görülmüştür.
- Genel olarak, her iki seçim döneminde de seçmenler oylarını harcamaktan kaçınmak için ideolojik açıdan yakın bir partiye yönelik strateji kurmaktan ziyade en kötünden kaçınma stratejisini daha yaygın olarak uygulamışlardır. 2009 seçimlerinde 21 ilde en kötünden kaçınma ve 16 ilde oyunu harcamaktan kaçınma

senaryosunun uygulandığı görülmüştür. 2014 seçimlerinde 12 ilde en kötüden kaçınma ve 7 ilde oyunu harcamaktan kaçınma senaryosunun uygulandığı görülmüştür.

Bu tez çalışmasında,2009 seçimleri için il genel meclisi ve belediye başkanlığı seçimlerinin yapıldığı toplam 166.844 ve 2014 seçimleri için belediye meclisi ve belediye başkanlığı seçimlerinin yapıldığı toplam 165.939 sandıkta görülen oy kaymaları ekolojik çıkarım yöntemiyle analiz edilmiştir. Bu analiz gerçekleştirilmeden önce ekolojik çıkarım yapılabilmesi için EI modeli yerel seçimlere uygun hale getirilmiştir. Bu çıkarım modelinin bu çalışmada kullanılan hali, Türkiye’de yapılan diğer seçimlerin de analiz edilmesi için kullanıma uygundur. Fakat YSK’nın resmi internet sayfasında 2009 yerel seçimleri öncesinde yapılan seçimlere ait sandık bazında veriler paylaşımına açık değildir. Bu engel aşılabılırsa, oy tercihlerinin ve stratejilerin zaman içinde nasıl değişimler gösterdiği verilerin EI modeli uygulanarak analiz edilmesiyle ortaya konabilir.

Bu tez çalışması sonucunda bazı illerde aynı partinin seçmenlerinin iki farklı strateji senaryosunu uyguladığı ve bu sebeple stratejik oyların iki farklı adaya yöneldiği görülmüştür. Yaşanan çakışma sonucunda, uygulanan bu stratejiler birbirlerinin etkilerini azaltmıştır. Bu bölünmüşlük özellikle MHP seçmenleri arasında yaygındır. İlerleyen çalışmalarda seçmen kitleleri arasındaki bu bölünmüşlüğün sebepleri araştırılmalıdır. Eğer seçim öncesinde parti elitleri ile seçmenler arasındaki iletişim güçlü olursa, partiler stratejik oy verme durumuyla karşılaşacak seçmenleri hangi adaya yönelik oy verecekleri konusunda koordine edebilirler. Böylece, doğru aday için

mevzilenen seçmenler seçim sonrasında istenen senaryonun oluşması konusunda başarı kaydedilebilir.

Bu tez çalışmasıyla birlikte seçim kurallarının getirmiş olduğu kısıtlayıcı ortamdan seçmenlerin stratejiler kurarak kendi istedikleri sonuca ulaşmayı hedefledikleri görünür hale gelmiştir. Fakat seçmenlerin seçim kurallarını aşabilecek hamleler gerçekleştirmeleri, seçim kurallarıyla ilgili kısıtlamaların yarattığı sorunların ortaya çıkmasının önüne geçmektedir. Seçmenler, eğer çok tercih ettikleri partinin adayının kazanma şansı yoksa başka bir partinin adayına yönelirler. Bazı durumlarda temel amaç, en kötü olduğu düşünülen bir partinin adayının kazanmasını önlemektir. Bu amaç için onun en güçlü rakibi desteklenir. Böylesi bir seçmen desteğini almak için o adayın ‘en kötü olmamak’ dışında seçmenlere sunduğu başka bir fayda yoktur. Hatta seçimleri ne pahasına olursa olsun sadece kazanılması gereken bir yarış gibi gören siyasi partiler, bu desteğe talip olabilmek için ideolojik yakınlık aramadan başka partilerden adayları transfer edebilmektedirler. Bu durum da tıpkı seçmenlerin stratejik davranışları gibi, seçim kurallarının kısıtlayıcılığından kaynaklanmaktadır ve partilerin bu durumu aşmak için buldukları geçici çözümler bu sorunların görünmesini engellemektedir.

Bununla birlikte stratejik davranışlar büyük partilerin daha büyük seçmen kitlesi tarafından desteklenmesini ve küçük partilerin silinmesine yol açmaktadır. 2009 yerel seçimlerinden 2014 yerel seçimlerine Türkiye genelinde seçimde varlık gösteren parti sayısı önemli ölçüde azalmıştır. 2009’da seçim mücadelesinin sadece iki partinin adayı arasında geçtiği il sayısı 17 iken, 2014’te 35’e yükselmiştir. Dolayısıyla, stratejik oy vermek için şartları uygun olan il sayısı da azalmıştır. Bu durum, Türkiye seçmeninin

büyük partiler arkasında mevzilendiğini ve çok sesliliğin giderek yitirildiğini göstermektedir.

Siyaset yapılırken başarının tanımı, sadece seçimlerin kazanılmasına indirgenmemelidir. Seçim öncesi mücadelede partiler sundukları politikalarının karşılığında seçmenlerden oy talep etmelidir. Bu mücadelelerin neticesinde gerçekleşen seçimler de toplumun her kesiminin sesinin duyulduğu sonuçları yansımalıdır. Seçilen adaylar göreve geldiklerinde çok sesli ve katılımcı demokrasiyi destekleyen bir tutum izlerlerse, çoğulculuk sağlanmış olur. Seçim kuralları açısından seçim barajı gibi küçük partilerin zararına fakat büyük partilerin yararına olan uygulamalar kaldırılmalıdır. Stratejik oy verme davranışı kısa vadede çözümler sunarken, uzun vadede yaşanan sorunların kalıplaşmasına sebep olmaktadır. Bunlarla karşılaşmamak için daha adil ve temsil düzeyi yüksek seçim kuralları uygulanmalıdır.

## KAYNAKLAR

### BASILI KAYNAKLAR

Abadan, N. (1966). *Anayasa hukuku ve siyasi bilimler açısından 1965 seçimlerinin tahlili*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi.

Abadan, N., & Yücekök, A. (1966). 1961-1965 Seçimlerinde Büyük Şehirlerin Oy Verme Davranışlarıyla İlgili Bazı Yorumlar. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 21(04).

Abramowitz, A., McGlennon, J., & Rapoport, R. (1981). A note on strategic voting in a primary election. *The Journal of Politics*, 43(03), 899–904.

Abramson, P. R., Aldrich, J. H., Paolino, P., & Rohde, D. W. (1992). “Sophisticated” Voting in the 1988 Presidential Primaries. *The American Political Science Review*, 86(1), 55.

Abramson, P. R., Aldrich, J. H., Rickershauser, J., & Rohde, D. W. (2007). Fear in the voting booth: The 2004 presidential election. *Political Behavior*, 29(2), 197–220.

Achen, C. H., & Shively, W. P. (1995). *Cross-level inference*. Chicago: University of Chicago Press.

Adams, J. F., Merrill III, S., & Grofman, B. (2005). *A unified theory of party competition: A cross-national analysis integrating spatial and behavioral factors*. Cambridge University Press.

Akarca, A. T. (2011). Inter-election vote swings for the Turkish ruling party: The impact of economic performance and other factors. *Equilibrium*, 6(3), 7–25.

Akarca, A. T. (2015). Modeling political performance of Islamist and Islamist-rooted parties in Turkey. *Middle East Development Journal*, 1–21.

- Akarca, A. T., & Tansel, A. (2003). Economic performance and political outcomes: An analysis of the 1995 Turkish Parliamentary Election Results. *Economic Research Forum for the Arab Countries, Iran & Turkey*.
- Akarca, A. T., & Tansel, A. (2006). Economic Performance and Political Outcomes: An Analysis of the Turkish Parliamentary and Local Election Results Between 1950 and 2004. *Public Choice*, 129(1-2), 77–105. <http://doi.org/10.1007/s11127-005-9013-9>
- Akarca, A. T., & Tansel, A. (2007). Social and economic determinants of Turkish voter choice in the 1995 parliamentary election. *Electoral Studies*, 26(3), 633–647.
- Akbulut, Ö. (2004). Yerel seçimlerin yerelliği. *Kamu Yönetimi Dünyası Dergisi*, 17(18), 1–9.
- Allardt, E. (2001). Party systems and voter alignments in the tradition of political sociology. *Party Systems and Voter Alignments Revisited*, 13–26.
- Altan, Y. (2009). Meclisi Meb'usan Zabıt Cerideleri (1293-1877) Üzerinden Türk Belediyeciliğini Anlamak. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2), 293–310.
- Alvarez, R. M., & Nagler, J. (1997). Analysis of crossover and strategic voting. *California Institute of Technology Social Science Working Paper*, 1019.
- Alvarez, R. M., & Nagler, J. (2000). A new approach for modelling strategic voting in multiparty elections. *British Journal of Political Science*, 30(01), 57–75.
- Andersen, R., & Heath, A. (2000). Social cleavages, attitudes and voting patterns: A comparison of Canada and Great Britain.
- Ansolabehere, S., Snyder, J. M., Strauss, A. B., & Ting, M. M. (2005). Voting weights and formateur advantages in the formation of coalition governments. *American Journal of Political Science*, 49(3), 550–563.

- Antunes, R. (2010). Theoretical models of voting behaviour. *Exedra*, 4, 145–70.
- Aydın, E. (2011). Yerel Seçimlerde Seçmenlerin Oy Verme Kararlarında Etkili Olan Siyasal Faktörlere İlişkin Bir Araştırma: Ankara Örneği. *Doktora Tezi.. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.*
- Bargsted, M. A., & Kedar, O. (2007). Voting for coalitions: Strategic voting under proportional representation. In *annual meeting of the Midwest Political Science Association, Chicago.*
- Bargsted, M. A., & Kedar, O. (2009). Coalition-targeted Duvergerian voting: how expectations affect voter choice under proportional representation. *American Journal of Political Science*, 53(2), 307–323.
- Berelson, B. R., Lazarsfeld, P. F. M., & Willian, N. (1954). Voting: a study of opinion formation in a presidential campaign. *University of Chicago Press.*
- Black, J. H. (1978). The multicandidate calculus of voting: Application to Canadian federal elections. *American Journal of Political Science*, 609–638.
- Blais, A. (2000). *To vote or not to vote?: The merits and limits of rational choice theory.* University of Pittsburgh Pre.
- Blais, A., Aldrich, J. H., Indridason, I. H., & Levine, R. (2006). Do Voters Vote For Government Coalitions?: Testing Downs' Pessimistic Conclusion. *Party Politics*, 12(6), 691–705.
- Blais, A., & Bodet, M. A. (2006). How Do Voters Form Expectations about the Parties' Chances of Winning the Election?\*. *Social Science Quarterly*, 87(3), 477–493.
- Blais, A., Erisen, C., & Rheault, L. (2014). Strategic Voting and Coordination Problems in Proportional Systems An Experimental Study. *Political Research Quarterly*, 67(2), 386–397.

- Blais, A., Lachat, R., Hino, A., & Doray-Demers, P. (2011). The mechanical and psychological effects of electoral systems a quasi-experimental study. *Comparative Political Studies*, 44(12), 1599–1621.
- Blais, A., & Nadeau, R. (1996). Measuring strategic voting: A two-step procedure. *Electoral Studies*, 15(1), 39–52.
- Blais, A., Nadeau, R., Gidengil, E., & Nevitte, N. (2001). Measuring strategic voting in multiparty plurality elections. *Electoral Studies*, 20(3), 343–352.
- Blais, A., & Turgeon, M. (2004). How good are voters at sorting out the weakest candidate in their constituency? *Electoral Studies*, 23(3), 455–461.
- Blydenburgh, J. C. (1988). Sophisticated voting in the 1980 presidential election. *Political Behavior*, 10(2), 103–116.
- Bourdieu, P. (1990). *The logic of practice*. Stanford University Press.
- Bowler, S., & Lanoue, D. J. (1992). Strategic and Protest Voting for Third Parties: The Case of the Canadian NDP. *The Western Political Quarterly*, 45(2), 485.
- Bulutay, T., & Yıldırım, N. (1968). Türk Seçmenlerinin Oy Verme Eğilimlerinde İktisadi Sebeplerin Önemi Üzerine Bir Deneme. *Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(4), 7–39.
- Butler, D., & Stokes, D. (1969). Political change in Britain: Forces shaping electoral choice. *London: St. Martin's Press*.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., & Stokes, D. E. (1960). *The American Voter*. University of Chicago Press.
- Caplan, B. (2011). *The myth of the rational voter: Why democracies choose bad policies*. Princeton University Press.



- Çarkoğlu, A. (2007). The Nature of Left–Right Ideological Self-placement in the Turkish Context. *Turkish Studies*, 8(2), 253–271.
- Çarkoğlu, A. (2012a). Economic evaluations vs. ideology: Diagnosing the sources of electoral change in Turkey, 2002–2011. *Electoral Studies*, 31(3), 513–521.
- Çarkoğlu, A. (2012b). Voting behavior. *The Routledge Handbook of Modern Turkey, London and New York, Routledge*, 160–170.
- Çarkoğlu, A. (2014). Plus ça Change Plus C'est la Même Chose: Consolidation of the AKP's Predominance in the March 2014 Local Elections in Turkey. *South European Society and Politics*, 19(2), 169–192.
- Çarkoğlu, A., & Hinich, M. J. (2006). A spatial analysis of Turkish party preferences. *Electoral Studies*, 25(2), 369–392. <http://doi.org/10.1016/j.electstud.2005.06.010>
- Carpini, M. X. D., & Keeter, S. (1993). Measuring political knowledge: Putting first things first. *American Journal of Political Science*, 1179–1206.
- Çitçi, O. (2001). *Yerel seçimler panoraması, 1963-1999*. Ankara: TODAİE.
- Çınar, T. (2007). Yerel Seçimlerde Kent Büyüklüğü İle Oy Vermenin Yönü Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği 1963-1999. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 62(03), 141–165.
- Clark, W. R., & Golder, M. (2006). Rehabilitating Duverger's theory testing the mechanical and strategic modifying effects of electoral laws. *Comparative Political Studies*, 39(6), 679–708.
- Cox, G. W. (1997). *Making votes count: strategic coordination in the world's electoral systems*. Cambridge: Cambridge Univ Press.
- Cox, G. W., & Shugart, M. S. (1996). Strategic voting under proportional representation. *Journal of Law, Economics, and Organization*, 12(2), 299–324.

- De Mesquita, E. B. (2000). Strategic and Nonpolicy Voting: A Coalitional Analysis of Israeli Electoral Reform. *Comparative Politics*, 33(1), 63.
- Dikshit, R. D. (1975). *The political geography of federalism: an inquiry into origins and stability*. John Wiley & Sons.
- Downs, A. (1957). A theory economic of democracy. *New York, Haper & Row*.
- Droop, H. R. (1869). On the Political and Social Effets of Different Methods of Electing Representatives. *Papers Read Before the Juridical Society*, 3, 469–507.
- Duch, R. M., May, J., & Armstrong II, D. A. (2008). A strategic ideological vote. In *Political Science and Political Economy Conference, Designing Democratic Institutions, London School of Economics*.
- Duch, R. M., & Palmer, H. D. (2002). Strategic voting in post-communist democracy? *British Journal of Political Science*, 32(01), 63–91.
- Duncan, O. D., & Davis, B. (1953). An alternative to ecological correlation. *American Sociological Review*, 665–666.
- Dutta, B., Jackson, M. O., & Le Breton, M. (2001). Strategic candidacy and voting procedures. *Econometrica*, 69(4), 1013–1037.
- Duverger, M. (1954). *Political Parties Their Organization and Activity in the Modern State*. Methuen & Company Limited.
- Erisen, C., & Blais, A. (2014). Strategic Voting and Personality Traits. *APSA 2014 Annual Meeting Paper*.
- Evans, G. (1999). *The end of class politics?: class voting in comparative context*. Oxford University Press.

- Evans, J. (2004). *Voters & voting: an introduction*. London ; Thousand Oaks, California: SAGE.
- Felsenthal, D. S., & Brichta, A. (1985). Sincere and strategic voters: An Israeli study. *Political Behavior*, 7(4), 311–324.
- Fishburn, P. C., & Gehrlein, W. V. (1982). Majority efficiencies for simple voting procedures: Summary and interpretation. *Theory and Decision*, 14(2), 141–153.
- Fisher, S. D. (2004). Definition and measurement of tactical voting: The role of rational choice. *British Journal of Political Science*, 34(01), 152–166.
- Flaxman, S. R., Wang, Y.-X., & Smola, A. J. (2015). Who Supported Obama in 2012?: Ecological Inference through Distribution Regression (pp. 289–298). Presented at the Proceedings of the 21th ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining, ACM.
- Freedman, D. A. (1999). Ecological inference and the ecological fallacy. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 6, 4027–4030.
- Fujiwara, T. (2011). A regression discontinuity test of strategic voting and duverger's law. *Quarterly Journal of Political Science*, 6(3-4), 197–233.
- Green, D. P., & Shapiro, I. (1994). *Pathologies of rational choice theory: A critique of applications in political science*. Cambridge Univ Press.
- Groseclose, T. (2001). A model of candidate location when one candidate has a valence advantage. *American Journal of Political Science*, 862–886.
- Gschwend, T. (2004a). *Comparative politics of strategic voting: A hierarchy of electoral systems*. Sonderforschungsbereich 504. Retrieved from <http://www.sowi.uni-mannheim.de/gschwend/pdf/papers/gschwend-midwest06.pdf>

- Gschwend, T. (2004b). *Strategic Voting in Mixed Electoral Systems*. Statistisches Bundesamt.
- Gschwend, T. (2007). Institutional incentives for strategic voting and party system change in Portugal. *Portuguese Journal of Social Science*, 6(1), 15–31.
- Gschwend, T., & Stoiber, M. (2014). Strategic Voting in Proportional Systems: The Case of Finland. *IHS Political Science Series*, 218, 1–22.
- Gschwend, T., Stoiber, M., & Günther, M. (2004). Strategic voting in proportional systems: the case of Finland. In *annual meeting of the Midwest Political Science Association*. Citeseer.
- Herron, E. S., & Nishikawa, M. (2001). Contamination effects and the number of parties in mixed-superposition electoral systems. *Electoral Studies*, 20(1), 63–86.
- Heywood, A. (2007). *Siyaset*. (B. B. Özipek & B. Kalkan, Trans.). Liberte Yayınları.
- Hsieh, J. F. (1997). Electoral politics in new democracies in the Asia-pacific region. *Representation*, 34(3-4), 157–165.
- Irwin, G. A., & Van Holsteyn, J. J. M. (2012). Strategic electoral considerations under proportional representation. *Electoral Studies*, 31(1), 184–191.
- Jefferson West, W. (2005). Regional cleavages in Turkish politics: An electoral geography of the 1999 and 2002 national elections. *Political Geography*, 24(4), 499–523.
- Kalaycıoğlu, E. (2008). Attitudinal orientation to party organizations in Turkey in the 2000s. *Turkish Studies*, 9(2), 297–316.
- Kalender, A. (2005). Siyasal iletişim. *Seçmenler ve İkna Stratejileri, Konya, Çizgi Kitabevi*.

- Karp, J. A., Vowles, J., Banducci, S. A., & Donovan, T. (2002). Strategic voting, party activity, and candidate effects: testing explanations for split voting in New Zealand's new mixed system. *Electoral Studies*, 21(1), 1–22.
- Kawai, K., & Watanabe, Y. (2013). Inferring strategic voting. *The American Economic Review*, 103(2), 624–662.
- Kedar, O. (2005). When moderate voters prefer extreme parties: Policy balancing in parliamentary elections. *American Political Science Review*, 99(02), 185–199.
- Keleş, R. (1992). *Yerinden yönetim ve siyaset*. İstanbul: Cem Yayınevi.
- King, G. (1997). *A solution to the ecological inference problem: Reconstructing individual behavior from aggregate data*. Princeton University Press.
- King, G., Rosen, O., Tanner, M., & Wagner, A. F. (2008). Ordinary economic voting behavior in the extraordinary election of Adolf Hitler. *Journal of Economic History*, 68(04), 951–996.
- King, G., Tanner, M. A., & Rosen, O. (2004). *Ecological inference: New methodological strategies*. Cambridge University Press.
- Kohno, M. (1997). Voter turnout and strategic ticket-splitting under Japan's new electoral rules. *Asian Survey*, 429–440.
- Kramer, G. H. (1971). Short-term fluctuations in US voting behavior, 1896–1964. *American Political Science Review*, 65(01), 131–143.
- Kramer, G. H. (1983). The ecological fallacy revisited: Aggregate-versus individual-level findings on economics and elections, and sociotropic voting. *American Political Science Review*, 77(01), 92–111.
- Kriesi, H. (1998). The transformation of cleavage politics The 1997 Stein Rokkan lecture. *European Journal of Political Research*, 33(2), 165–185.

- Lau, R. R., & Redlawsk, D. P. (2006). *How voters decide: Information processing in election campaigns*. Cambridge University Press.
- Leighley, J. E. (2012). *The Oxford handbook of American elections and political behavior*. Oxford University Press.
- Leys, C. (1959). Models, theories, and the theory of political parties. *Political Studies*, 7(2), 127–146.
- Lipset, S. M. (1963). *Political man: The social bases of politics*. New York: Doubleday.
- Lipset, S. M., & Rokkan, S. (1967). ‘Cleavage Structures, Party Systems, and Voter Alignments. *Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives* (New York, The Free Press, Pp. 1-64).
- Liu, B. (2007). EI extended model and the fear of ecological fallacy. *Sociological Methods & Research*, 36(1), 3–25.
- Mardin, Ş. (1973). Center-periphery relations: A key to Turkish politics? *Daedalus*, 169–190.
- Mayer, W. G. (2003). Forecasting presidential nominations or, my model worked just fine, thank you. *Political Science and Politics*, 36(02), 153–157.
- McCrone, D. J. (1977). Identifying Voting Strategies from Roll Call Votes: A Method and an Application. *Legislative Studies Quarterly*, 2(2), 177.
- McKelvey, R. D., & Ordeshook, P. C. (1972). A general theory of the calculus of voting. *Mathematical Applications in Political Science*, 6, 32–78.
- Merolla, J. L., & Stephenson, L. B. (2007). Strategic voting in Canada: A Cross Time Analysis. *Electoral Studies*, 26(2), 235–246.

- Mo, J., Brady, D., & Ro, J. (1991). Urbanization and Voter Turnout in Korea: An Update. *Political Behavior*, 13(1), 21–32.
- Moser, R. G., & Scheiner, E. (2005). Strategic ticket splitting and the personal vote in mixed-member electoral systems. *Legislative Studies Quarterly*, 259–276.
- Myatt, D. P., & Fisher, S. D. (2002a). Everything is Uncertain and Uncertainty is Everything: Strategic Voting in Simple Plurality Elections. *University of Oxford*.
- Myatt, D. P., & Fisher, S. D. (2002b). Tactical coordination in plurality electoral systems. *Oxford Review of Economic Policy*, 18(4), 504–522.
- Olson, M. (2009). *The logic of collective action* (Vol. 124). Harvard University Press.
- Ordeshook, P. C., & Palfrey, T. R. (1988). Agendas, Strategic Voting, and Signaling with Incomplete Information. *American Journal of Political Science*, 32(2), 441.
- Ordeshook, P. C., & Zeng, L. (1997). Rational Voters and Strategic Voting Evidence from the 1968, 1980 and 1992 Elections. *Journal of Theoretical Politics*, 9(2), 167–187.
- Ortaylı, İ. (1978). İmparatorluk döneminde mahalli idarelerin ve belediyeçiliğin evrimi. *Türkiye’de Belediyeçiliğin Evrimi (Birinci Kitap), Türk İdareciler Derneği Yayını, Ankara*.
- Palfrey, T. R. (1988). *A mathematical proof of Duverger’s law*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Pappi, F. U., & Thurner, P. W. (2002). Electoral behaviour in a two-vote system: Incentives for ticket splitting in German Bundestag elections. *European Journal of Political Research*, 41(2), 207–232.
- Pedersen, M. N. (1979). The dynamics of European party systems: changing patterns of electoral volatility. *European Journal of Political Research*, 7(1), 1–26.

- Pustu, Y. (2006). Küreselleşme sürecinde kent “antik site’den dünya kentine.” *Sayıştay Dergisi*, 60, 133–139.
- Rae, D. W. (1967). *The political consequences of electoral laws*. New Haven: Yale University Press.
- Reed, S. R. (1999). Strategic voting in the 1996 Japanese general election. *Comparative Political Studies*, 32(2), 257–270.
- Riker, W. H. (1982). The two-party system and Duverger’s law: an essay on the history of political science. *American Political Science Review*, 76(04), 753–766.
- Riker, W. H., & Ordeshook, P. C. (1973). *An introduction to positive political theory*. Prentice Hall.
- Sartori, G. (1968). Political development and political engineering. *Public Policy*, 17, 261–298.
- Schofield, N., Gallego, M., Ozdemir, U., & Zakharov, A. (2011). Competition for popular support: a valence model of elections in Turkey. *Social Choice and Welfare*, 36(3-4), 451–482.
- Shively, W. P. (1970). The Elusive ‘Psychological Factor’: A Test for the Impact of Electoral Systems on Voters’ Behavior. *Comparative Politics*, 115–125.
- Siegfried, A. (1913). *Tableau politique de la France de l’ouest sous la troisième république: 102 cartes et croquis, 1 carte hors texte*. Colin.
- Squire, P. (1988). Why the 1936 Literary Digest poll failed. *Public Opinion Quarterly*, 52(1), 125–133.
- Taagepera, R. (2007). *Predicting party sizes: the logic of simple electoral systems*. Oxford: Oxford University Press.



- Tezcür, G. M. (2010). When democratization radicalizes: The Kurdish nationalist movement in Turkey. *Journal of Peace Research*, 47(6), 775–789.
- Tosun, T. (2009). *Türk Siyasal Hayatında Seçimler ve İzmir*. Ankara: Orion Kitabevi.
- Tosun, T., Erdoğan Tosun, G., & Aydoğan Ünal, B. (2014). Yerel Seçimlerde Stratejik Oy Verme ve İzmir Örneği. *İktisat ve Toplum Dergisi*.
- Türkoğlu Önge, S. (2007). Spatial Representation of Power: Making the urban space of Ankara in the early Republican Period. *Power and Culture: Identity, Ideology, Representation*, 71–94.
- Uysal, A. (2009). Öncesi ve Sonrasıyla 29 Mart Yerel Seçimleri. *Ekonomik Yorumlar*, 46(531), 17–20.
- Uysal, A. (2011). Continuity and Rupture: The “New CHP” or ‘What Has Changed in the CHP?’ *Insight Turkey*, 13(4), 129-146.
- Uysal, A., & Topak, O. (2010). *Particiler, Türkiye’de Partiler ve Sosyal Ağların İnşası*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Van der Straeten, K., Laslier, J.-F., Sauger, N., & Blais, A. (2010). Strategic, sincere, and heuristic voting under four election rules: an experimental study. *Social Choice and Welfare*, 35(3), 435–472.

## ÇEVİRİM İÇİ KAYNAKLAR

<http://gking.harvard.edu/eiR>

<http://www.milliyet.com.tr/>

<http://www.resmigazete.gov.tr/>

<http://www.ysk.gov.tr>



**EKLER**

## EK – 1: 2009 YEREL SEÇİMLERİ İL BAZLI OY DAĞILIMI

**Tablo 1: Adana Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	MHP	AKP	CHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	3,57	92,18	0,09	30,92
CHP	1,93	0,75	95,38	23,15
MHP	99,71	0,04	0,02	27,35
Oy Oranı (Bel. Baş)	29,7	29,53	26,24	

**Tablo 2: Adıyaman Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	SP	CHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	97,28	0,97	0,25	49,23
CHP	1,75	1,83	90	14,76
SP	0,66	96,6	0,4	12,83
Oy Oranı (Bel. Baş)	49,56	24,08	13,36	

**Tablo 3: Afyon Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	SP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	97,98	0,33	0,36	43,66
MHP	0,49	96,85	0,52	27,17
CHP	2,27	22,93	4,58	13,08
Oy Oranı (Bel. Baş)	48,23	31,57	11,64	

**Tablo 4: Ağrı Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	DTP	SP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
DTP	0,94	95,4	0,63	37,23
AKP	96,33	0,59	0,59	28,94
SP	1,95	1,35	91,44	11,23
Oy Oranı (Bel. Baş)	39,61	32,37	21,22	

**Tablo 5: Amasya Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	CHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	96,16	0,7	0,68	39,3
CHP	0,74	1	94,86	22,63
MHP	0,98	94,58	0,9	19,33
Oy Oranı (Bel. Baş)	40,12	27,05	24,9	

**Tablo 6: Ankara Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	94,55	0,36	0,15	38,69
CHP	0,02	92,47	7,23	28,93
MHP	1,79	0,63	92,56	24,99
Oy Oranı (Bel. Baş)	38,47	31,5	26,9	

**Tablo 7: Antalya Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	CHP	AKP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
CHP	94,86	3,58	0,21	33,16
AKP	0,48	94,07	1,64	31,53
MHP	1,93	3,46	87,02	21,29
Oy Oranı (Bel. Baş)	40,79	35,02	17,49	

**Tablo 8: Artvin Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	CHP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	2,17	92,72	38,47
CHP	96,5	0,62	25,64
MHP	8,82	28,93	11,85
Oy Oranı (Bel. Baş)	43,75	41,27	

**Tablo 9: Aydın Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	CHP	MHP	AKP	DP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	0,98	0,95	93,82	0,95	28,25
CHP	93,88	0,97	0,81	1,54	26,06
MHP	1,13	91,02	0,96	3,59	23,55
DP	0,65	0,66	0,61	95,68	11,88
Oy Oranı (Bel. Baş)	26,03	25,42	25,05	17,48	

**Tablo 10: Balıkesir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	MHP	AKP	CHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	0,67	97,04	0,32	35,03
CHP	15,19	2,26	76,98	23,8
MHP	96,85	0,91	0,34	22,06
Oy Oranı (Bel. Baş)	41,07	36,39	13,39	

**Tablo 11: Bilecik Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	95,19	0,8	0,67	34,99
CHP	0,98	94,26	0,77	24,77
MHP	19,46	5,07	71,63	20,96
Oy Oranı (Bel. Baş)	38,24	37,77	12,66	

**Tablo 12: Bingöl Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	DTP	SP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	94,75	1,18	1,07	43,04
SP	8,3	4,54	80,1	20,69
DTP	0,51	96,64	0,55	20,6
Oy Oranı (Bel. Baş)	42,84	33,79	17,16	

**Tablo 13: Bitlis Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	DTP	SP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	95,78	0,81	0,55	31,94
DTP	0,51	96,11	0,57	27,32
SP	1,96	2,67	87,74	14,21
Oy Oranı (Bel. Baş)	43,1	34,43	16,11	

**Tablo 14: Bolu Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	CHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	97,99	0,27	47,12
CHP	0,3	98,18	22,11
MHP	10,43	16,39	13,27
Oy Oranı (Bel. Baş)	43,55	40,64	

**Tablo 15: Burdur Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	97,38	0,43	0,44	37,24
CHP	0,83	96,63	0,5	21,47
MHP	6,93	1,76	86,08	20,07
Oy Oranı (Bel. Baş)	40	38,64	17,8	

**Tablo 16: Bursa Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	95,67	0,1	0,85	42,98
CHP	0,2	95,41	1,17	22,21
MHP	4,6	11,92	64,93	16,11
Oy Oranı (Bel. Baş)	47,27	27,63	12,5	

**Tablo 17: Çanakkale Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	CHP	AKP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	0,71	95,66	0,84	35,68
CHP	96,86	0,58	0,45	29,36
MHP	1,68	1,65	91,96	23,13
Oy Oranı (Bel. Baş)	39,36	32,91	22,98	

**Tablo 18: Çankırı Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	96,67	0,64	44,72
MHP	1,11	95,48	32,12
Oy Oranı (Bel. Baş)	46,93	44,56	

**Tablo 19: Çorum Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	96,18	0,28	0,36	48,5
CHP	0,18	98,4	0,21	21,36
MHP	1,15	1,68	89,7	16,8
Oy Oranı (Bel. Baş)	45,7	34,77	11,37	

**Tablo 20: Denizli Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	96,68	0,65	0,53	35,68
CHP	1,61	95,92	0,32	28,42
MHP	2,15	0,88	93,43	21,67
Oy Oranı (Bel. Baş)	39,9	29,99	22,52	

**Tablo 21: Diyarbakır Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	DTP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
DTP	96,75	0,23	59,26
AKP	1,62	92,29	31,7
Oy Oranı (Bel. Baş)	65,27	31,49	

**Tablo 22: Edirne Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	CHP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	0,53	96,44	42,06
CHP	96,66	0,68	26,45
MHP	37,87	7,24	12,02
Oy Oranı (Bel. Baş)	57,07	31,68	

**Tablo 23: Elazığ Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	SP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	87,67	1,34	7,56	46,24
MHP	1,16	96,97	0,21	16,66
SP	17,04	1,78	76,03	14,07
Oy Oranı (Bel. Baş)	47,76	23,29	15,4	

**Tablo 24: Erzincan Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	97,97	0,34	41,57
MHP	1,01	95,51	19,76
CHP	1,22	17,25	17,93
Oy Oranı (Bel. Baş)	51,35	33,9	

**Tablo 25: Erzurum Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	87,67	0,5	48,11
MHP	3,55	95,2	20,46
Oy Oranı (Bel. Baş)	56,76	33,89	

**Tablo 26: Eskişehir Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	DSP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	0,76	97,24	36,29
CHP	63,74	1,6	32,27
MHP	35,38	5,61	12,01
DSP	95,87	0,47	10,2
Oy Oranı (Bel. Baş)	51,51	37,15	

**Tablo 27: Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	CHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	98,58	0,27	47,98
CHP	0,32	98,37	24,07
Oy Oranı (Bel. Baş)	52,53	29,97	

**Tablo 28: Giresun Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	CHP	AKP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	1,16	94,95	0,83	40,97
CHP	97,23	0,49	0,43	23,49
MHP	4,87	3,55	83,05	16,86
Oy Oranı (Bel. Baş)	46,49	35,69	11,84	

**Tablo 29: Gümüşhane Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	MHP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	0,64	96,57	44,68
MHP	95,06	1,25	24,45
CHP	8,7	3,19	11,35
Oy Oranı (Bel. Baş)	41,85	41,63	

**Tablo 30: Hakkari Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	DTP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
DTP	98,21	0,27	73,72
AKP	1,02	93,19	20,62
Oy Oranı (Bel. Baş)	78,97	15,93	



**Tablo 31: Hatay Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	CHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	98,01	0,22	33,06
CHP	0,16	98,75	27,81
MHP	3,33	12,19	19,33
Oy Oranı (Bel. Baş)	50,9	32,83	

**Tablo 32: Isparta Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	MHP	AKP	DP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	2,36	89,22	0,86	35,55
MHP	95,9	0,71	0,68	27,96
DP	2,63	1,44	89,41	16,07
Oy Oranı (Bel. Baş)	38,67	31,9	17,02	

**Tablo 33: Mersin Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	CHP	MHP	AKP	DTP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
MHP	3,13	93,68	0,87	0,2	31,25
AKP	0,77	1,42	93,27	0,46	25,75
CHP	98,62	0,17	0,16	0,16	22,8
DTP	0,31	0,4	1,54	95,05	10,44
Oy Oranı (Bel. Baş)	30,99	25,14	21,35	17,55	

**Tablo 34: İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	CHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	96,08	0,02	40,33
CHP	0,09	99,07	33,43
Oy Oranı (Bel. Baş)	44,34	36,8	

**Tablo 35: İzmir Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	CHP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
CHP	99,6	0,05	48,25
AKP	0,14	94,17	29,69
MHP	16,54	2,41	9,58
Oy Oranı (Bel. Baş)	54,99	31,1	

**Tablo 36: Kars Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	CHP	DTP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	97,4	0,34	0,52	0,28	36,58
DTP	1,4	1,07	2,56	90,82	17,65
MHP	3,03	93,04	0,97	0,41	17,54
CHP	1,95	0,56	94,63	0,45	14,58
Oy Oranı (Bel. Baş)	32,72	27,91	22,08	14,66	

**Tablo 37: Kastamonu Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	MHP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	1,92	92,42	44,9
MHP	96,35	0,48	29,69
CHP	31,17	2,7	10,21
Oy Oranı (Bel. Baş)	49,33	38,73	

**Tablo 38: Kayseri Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	95,65	0,3	52,12
MHP	10,52	84,02	25,54
Oy Oranı (Bel. Baş)	60,52	22,97	

**Tablo 39: Kırklareli Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	CHP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
CHP	95,99	0,84	45,98
AKP	0,41	97,09	26,43
MHP	11,71	10,29	10,68
Oy Oranı (Bel. Baş)	49,88	35,33	

**Tablo 40: Kırşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	96,9	0,52	0,54	37,1
CHP	1,39	95,31	0,57	25,00
MHP	4,8	2,66	86,4	24,24
Oy Oranı (Bel. Baş)	37,27	32,01	19,47	

**Tablo 41: Kocaeli Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	CHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	96,44	0,10	41,94
CHP	0,05	99,48	26,85
SP	19,67	9,78	11,36
MHP	17,45	17,61	10,57
Oy Oranı (Bel. Baş)	47,21	31,32	

**Tablo 42: Konya Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	SP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	96,79	1,03	0,32	55,10
MHP	1,40	16,73	75,87	19,46
Oy Oranı (Bel. Baş)	67,97	14,9	11,18	

**Tablo 43: Kütahya Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	98,28	0,26	51,74
MHP	2,99	90,94	16,61
SP	1,7	1,9	11,18
Oy Oranı (Bel. Baş)	62,02	16,64	

**Tablo 44: Malatya Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	SP	CHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	95,91	1,43	0,11	50,18
CHP	0,35	4,5	91,97	16,99
SP	0,17	98,45	0,12	15,51
Oy Oranı (Bel. Baş)	53,08	29,05	13,69	

**Tablo 45: Manisa Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	MHP	AKP	CHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	0,3	97,53	0,34	36,1
MHP	97,02	0,39	0,55	26,62
CHP	12,55	0,85	81,45	18,64
Oy Oranı (Bel. Baş)	38,74	34,74	13,91	

**Tablo 46: Kahramanmaraş Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	97	0,34	50,27
MHP	0,44	96,12	19,4
Oy Oranı (Bel. Baş)	65,31	21,97	

**Tablo 47: Mardin Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	DTP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
DTP	0,32	97,8	44,19
AKP	96,66	0,39	27,2
Oy Oranı (Bel. Baş)	45,04	36,3	

**Tablo 48: Muğla Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	CHP	MHP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
CHP	96,54	0,57	0,64	34,07
AKP	1,86	1,78	90,87	26,18
MHP	2,39	90,42	1,93	20,23
DP	6,77	14,69	7,71	10,26
Oy Oranı (Bel. Baş)	46	24,23	20,35	

**Tablo 49: Muş Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	DTP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
DTP	0,37	97,33	42,53
AKP	97,39	0,5	28,68
Oy Oranı (Bel. Baş)	50,55	37,23	

**Tablo 50: Nevşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	96,05	1,18	46,68
MHP	0,62	96,43	25,71
CHP	6,72	19,22	12,09
Oy Oranı (Bel. Baş)	52,79	35,38	

**Tablo 51: Niğde Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	CHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	95	1,12	0,76	39,82
MHP	0,87	94,39	1,19	25,12
CHP	0,67	1,48	94,49	19,91
Oy Oranı (Bel. Baş)	39,95	29,58	26,24	

**Tablo 52: Ordu Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	DSP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	1,27	95,49	42,51
MHP	12,68	40,72	17,4
DSP	90,94	1,59	13,62
CHP	22,52	8,52	13,39
Oy Oranı (Bel. Baş)	52,74	39,36	

**Tablo 53: Rize Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	ANAP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	95,53	1,35	48,25
ANAP	3,66	87,55	13,32
MHP	24,16	13,44	12,01
CHP	9,06	12,06	10,38
Oy Oranı (Bel. Baş)	46,77	41,8	

**Tablo 54: Sakarya Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	91,89	0,83	44,05
MHP	0,23	95,97	27,82
CHP	0,56	29,73	10,32
Oy Oranı (Bel. Baş)	45,27	35,69	

**Tablo 55: Samsun Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	97,82	0,14	0,32	45,83
MHP	15,19	3,12	70,7	23,32
CHP	2,81	86,31	0,39	15,5
Oy Oranı (Bel. Baş)	48,45	21,53	20,89	

**Tablo 56: Siirt Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	DTP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
DTP	96,21	1,18	37,72
AKP	0,15	97,75	35
Oy Oranı (Bel. Baş)	49,43	45,77	

**Tablo 57: Sinop Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	CHP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	2,03	93,54	42,87
CHP	93,61	2,66	21,45
MHP	23,28	25,86	13,58
Oy Oranı (Bel. Baş)	52,08	39,47	

**Tablo 58: Sivas Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	BBP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
BBP	98,41	0,34	37,6
AKP	0,88	97,07	31,71
CHP	1,26	0,95	11,9
Oy Oranı (Bel. Baş)	50,78	33,31	

**Tablo 59: Tekirdağ Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	CHP	AKP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
CHP	90,97	3,44	1,3	37,68
AKP	2,6	82,91	4,2	27,53
MHP	1,6	3,06	87,97	12,23
Oy Oranı (Bel. Baş)	45,56	26,99	18,76	

**Tablo 60: Tokat Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	SP	CHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	97,79	0,39	0,39	0,22	43,23
MHP	3,07	88,33	3,68	0,66	21,37
CHP	2,26	1,23	5,1	86,29	12,73
Oy Oranı (Bel. Baş)	49,61	18,82	18,5	10,32	

**Tablo 61: Trabzon Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	CHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	97,91	0,39	45,7
CHP	0,31	98,28	18,08
MHP	9,25	33,86	14,11
Oy Oranı (Bel. Baş)	47,79	40,96	

**Tablo 62: Tunceli Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	DTP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	1,08	92,26	27,02
DTP	88,24	1,95	19,76
CHP	9,6	5,71	15,52
Oy Oranı (Bel. Baş)	30	21,63	

**Tablo 63: Şanhurfa Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	DTP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	99,4	0,09	40,33
DTP	0,8	96,99	19,64
SP	23,45	3,23	17,89
Oy Oranı (Bel. Baş)	39,3	10,49	

**Tablo 64: Uşak Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	MHP	AKP	CHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	2,94	92,62	0,72	35,37
MHP	96,99	0,47	0,43	30,29
CHP	3,58	0,56	91,67	23,18
Oy Oranı (Bel. Baş)	39,57	32,98	20,92	

**Tablo 65: Van Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	DTP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
DTP	98,7	0,29	48,27
AKP	0,51	89,83	34,32
Oy Oranı (Bel. Baş)	53,54	39,16	

**Tablo 66: Yozgat Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	98,04	0,34	49,27
MHP	0,81	96,54	30,32
Oy Oranı (Bel. Baş)	54,68	39,1	

**Tablo 67: Zonguldak Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	CHP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	0,68	96,21	38,14
CHP	96,83	0,79	31,66
Oy Oranı (Bel. Baş)	45,78	34,52	

**Tablo 68: Aksaray Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	91,98	4,53	53,14
MHP	10	86,47	27,13
Oy Oranı (Bel. Baş)	58,24	31,46	

**Tablo 69: Bayburt Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	SP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	94,01	1,14	0,81	42,24
MHP	1,13	93,03	1,1	20,58
SP	1,94	3,08	88,77	19,46
Oy Oranı (Bel. Baş)	34,9	29,87	23,91	

**Tablo 70: Karaman Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	CHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	96,11	1,27	0,55	44,77
MHP	4,15	90,48	1,15	21,21
CHP	0,94	0,79	95,04	18,08
Oy Oranı (Bel. Baş)	49,39	20,83	20,74	



**Tablo 71: Kırıkkale Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	DP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	85,94	8,08	1,95	35,7
MHP	2,58	4,35	89,16	22,1
DP	4,69	88,47	2,59	16,85
Oy Oranı (Bel. Baş)	31,78	28,27	21,76	

**Tablo 72: Batman Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	DTP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
DTP	98,56	0,22	53,22
AKP	0,26	98,32	35,44
Oy Oranı (Bel. Baş)	59,67	36,65	

**Tablo 73: Şırnak Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	DTP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
DTP	96,73	0,96	60,75
AKP	0,35	97,47	30,76
Oy Oranı (Bel. Baş)	53,75	42,6	

**Tablo 74: Bartın Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	MHP	AKP	CHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	2,11	91,84	0,88	29,59
CHP	2,97	1,48	88,53	20,36
DSP	1,94	3,07	7,73	17,08
DTP	0,34	4,4	6,76	12,96
Oy Oranı (Bel. Baş)	39,9	27,92	23,27	

**Tablo 75: Ardahan Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	DSP	CHP	DTP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	93,55	1,09	2,79	0,69	29,61
CHP	7,29	7,5	90,58	3,13	20,44
DSP	9,34	69,53	4,32	2,41	17,13
DTP	2,54	1,84	8,55	90,61	12,99
Oy Oranı (Bel. Baş)	36,91	17,52	15,92	13,03	

**Tablo 76: İğdır Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	DTP	AKP	MHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
DTP	98,05	0,25	0,26	32,37
AKP	0,33	97,41	0,41	22,54
MHP	0,46	4,56	92,03	16,66
Oy Oranı (Bel. Baş)	39,62	30,54	27,08	

**Tablo 77: Yalova Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	DP	AKP	CHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	0,7	95,36	0,61	33,37
CHP	7,35	1,29	84,23	21,29
DP	90,68	1,84	0,97	15,88
Oy Oranı (Bel. Baş)	35,43	33,72	19,07	

**Tablo 78: Karabük Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	MHP	AKP	DP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	2,02	90,02	1,13	39,27
MHP	94,29	0,74	1,22	20,73
CHP	24,57	1,87	3,78	14,77
DP	1,61	1,33	91,99	11,54
Oy Oranı (Bel. Baş)	31	30,87	19,66	

**Tablo 79: Kilis Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	CHP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	86,34	9,45	0,5	47,3
MHP	20,56	75,43	0,48	23,6
CHP	2,38	3,32	86,65	11,8
Oy Oranı (Bel. Baş)	49,9	26,2	11,16	

**Tablo 80: Osmaniye Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	MHP	AKP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
MHP	97,91	0,36	42,21
AKP	0,39	97,35	35,91
CHP	6,05	3,7	12,15
Oy Oranı (Bel. Baş)	48,79	38,84	

**Tablo 81: Düzce Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Oy Oranları (%)	AKP	MHP	SP	Oy Oranı (İl Gn. Mec.)
AKP	97,16	0,49	0,52	44,6
MHP	0,26	98,05	0,28	23,66
CHP	1,28	26,71	1,99	11,58
Oy Oranı (Bel. Baş)	42,49	37,04	10,43	



## EK – 2: 2014 YEREL SEÇİMLERİ İL BAZLI OY DAĞILIMI

**Tablo 1: Adana Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	MHP	AKP	CHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	3,64	94,41	0,15	30,64
MHP	98,96	0,13	0,13	29,61
CHP	5,35	0,36	92,71	26,51
HDP	0,15	7,97	0,23	8,22
SP	<b>12,24</b>	<b>28,76</b>	2,20	1,51
BBP	<b>70,09</b>	5,74	0,90	0,82
Oy Oranı (Bel. Baş.)	33,42	31,87	24,81	

**Tablo 2: Adıyaman Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,26	0,44	0,54	56,37
CHP	0,40	96,91	0,43	20,46
MHP	0,93	1,09	93,89	12,18
Oy Oranı (Bel. Baş.)	56,46	21,79	12,79	

**Tablo 3: Afyon Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,76	0,59	49,05
MHP	0,45	97,69	38,81
Oy Oranı (Bel. Baş.)	49,32	42,55	

**Tablo 4: Ağrı Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	BDP	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
BDP	97,09	0,40	45,61
AKP	0,36	96,88	38,14
Oy Oranı (Bel. Baş.)	45,92	45,47	

**Tablo 5: Amasya Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	CHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,66	0,53	0,25	42,89
MHP	0,51	97,47	0,28	34,72
CHP	1,27	4,79	89,14	18,54
Oy Oranı (Bel. Baş.)	43,45	36,42	16,71	

**Tablo 6: Ankara Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	96,25	0,05	2,81	42,4
CHP	0,01	99,82	0,02	31,9
MHP	<b>13,31</b>	<b>42,51</b>	40,14	17,3
BBP	<b>40,40</b>	<b>30,37</b>	1,90	4,9
HDP	3,92	3,89	0,74	1,1
SP	62,76	1,53	6,41	0,8
Oy Oranı (Bel. Baş.)	44,61	43,83	7,88	

**Tablo 7: Antalya Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	96,32	0,09	2,40	33,94
CHP	1,23	89,88	6,75	32,52
MHP	7,27	11,64	77,86	26,91
HDP	4,25	41,09	0,92	2,51
BBP	26,68	6,71	26,32	31,12
SP	39,23	15,99	1,02	0,92
Oy Oranı (Bel. Baş.)	35,81	35,28	24,42	

**Tablo 8: Artvin Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	96,55	0,74	0,60	44,28
CHP	2,49	93,70	0,85	36,88
MHP	5,28	3,44	84,40	15,21
Oy Oranı (Bel. Baş.)	46,33	37,24	13,86	

**Tablo 9: Aydın Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	CHP	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
CHP	96,79	0,10	1,99	35,73
AKP	1,09	94,42	1,91	29,71
MHP	23,68	1,22	72,39	27,96
HDP	1,27	1,96	1,14	3,37
BBP	10,42	79,00	1,39	0,68
SP	3,07	10,88	25,81	0,54
Oy Oranı (Bel. Baş.)	43,67	29,05	21,47	

**Tablo 10: Balıkesir Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	CHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	96,43	2,57	0,03	40,38
CHP	0,08	13,64	85,30	30,45
MHP	0,21	98,53	0,09	24,07
SP	21,42	38,45	0,46	2,01
BBP	53,43	1,90	1,66	0,93
HDP	1,39	4,40	1,71	0,84
Oy Oranı (Bel. Baş.)	40,10	31,11	25,66	

**Tablo 11: Bilecik Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	CHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	96,12	0,71	0,73	38,77
MHP	2,05	91,43	2,49	31,68
CHP	0,90	0,94	94,92	26,82
Oy Oranı (Bel. Baş.)	39,64	30,39	27,83	

**Tablo 12: Bingöl Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	BDP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	96,97	0,49	56,86
BDP	1,36	93,90	25,81
Oy Oranı (Bel. Baş.)	58,32	25,92	

**Tablo 13: Bitlis Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	BDP	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
BDP	96,27	0,84	43,19
AKP	1,48	93,94	40,60
Oy Oranı (Bel. Baş.)	44,05	39,44	

**Tablo 14: Bolu Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	CHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,99	0,27	48,23
CHP	0,30	98,18	35,07
MHP	<b>10,43</b>	<b>16,39</b>	13,53
Oy Oranı (Bel. Baş.)	49,57	37,72	

**Tablo 15: Burdur Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	CHP	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
CHP	97,36	0,50	0,45	41,69
AKP	0,55	96,55	0,73	34,34
MHP	<b>14,91</b>	3,32	81,37	19,89
Oy Oranı (Bel. Baş.)	44,39	35,09	17,39	

**Tablo 16: Bursa Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	98,46	0,04	0,66	45,41
CHP	2,33	92,73	2,88	25,96
MHP	10,47	11,18	72,87	20,15
SP	38,29	1,91	7,08	3,48
HDP	0,95	10,19	0,75	1,74
BBP	9,66	2,89	34,65	0,71
Oy Oranı (Bel. Baş.)	49,51	28,72	15,27	

**Tablo 17: Çanakkale Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	CHP	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
CHP	97,80	0,42	49,67
AKP	0,35	97,44	33,68
MHP	<b>31,71</b>	<b>12,58</b>	13,06
Oy Oranı (Bel. Baş.)	54,36	35,89	

**Tablo 18: Çankırı Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	96,67	0,73	52,32
MHP	0,77	96,28	41,27
Oy Oranı (Bel. Baş.)	53,58	42,86	

**Tablo 19: Çorum Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	98,01	0,22	0,38	49,82
CHP	0,19	98,39	0,23	33,20
MHP	2,57	6,66	82,77	13,11
Oy Oranı (Bel. Baş.)	50,69	34,36	11,78	

**Tablo 20: Denizli Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,61	0,12	1,02	40,96
CHP	0,17	94,72	3,70	31,19
MHP	18,01	28,01	49,48	23,01
BBP	18,72	26,13	5,62	1,14
HDP	2,65	4,28	3,02	1,01
SP	9,17	2,97	47,38	0,64
Oy Oranı (Bel. Baş.)	45,26	38,76	11,85	

**Tablo 21: Diyarbakır Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	BDP	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
BDP	97,26	1,18	55,3
AKP	2,06	95,41	33,9
CHP	2,67	25,52	1,4
BBP	4,41	39,69	1,1
SP	5,56	26,04	0,9
Oy Oranı (Bel. Baş.)	55,32	34,47	

**Tablo 22: Edirne Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	CHP	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
CHP	95,60	0,79	0,69	37,52
AKP	0,54	95,75	0,82	28,83
MHP	1,47	3,71	88,80	19,38
Oy Oranı (Bel. Baş.)	36,85	29,96	18,31	

**Tablo 23: Elazığ Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	98,63	0,30	54,45
MHP	0,52	97,34	26,90
Oy Oranı (Bel. Baş.)	55,80	29,12	



**Tablo 24: Erzincan Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	CHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,47	0,66	0,23	53,98
MHP	0,61	96,80	0,34	27,01
CHP	2,21	<b>13,48</b>	77,91	15,48
Oy Oranı (Bel. Baş.)	54,63	30,15	12,24	

**Tablo 25: Erzurum Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	94,58	3,09	53,63
MHP	9,22	87,22	24,74
BDP	13,53	0,21	7,71
SP	67,36	10,52	5,54
CHP	0,64	45,02	3,26
BBP	55,20	26,51	3,1
Oy Oranı (Bel. Baş.)	58,86	28,92	

**Tablo 26: Eskişehir Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	CHP	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
CHP	96,48	0,19	1,92	40,48
AKP	0,07	97,35	1,70	37,02
MHP	22,88	13,99	55,83	16,25
BBP	26,25	14,32	8,34	2,18
SP	21,74	42,17	2,43	1,2
HDP	26,93	5,34	3,95	0,87
Oy Oranı (Bel. Baş.)	44,81	39,05	11,17	

**Tablo 27: Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	95,89	0,08	2,45	52,07
CHP	3,14	91,77	2,20	21,12
MHP	21,59	4,08	67,61	13,66
BDP	10,16	0,32	0,32	6,32
SP	30,89	12,91	4,61	3
BBP	11,93	1,38	15,35	1,44
Oy Oranı (Bel. Baş.)	54,13	21,65	11,93	

**Tablo 28: Giresun Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	CHP	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
CHP	97,61	0,36	0,44	42,74
AKP	0,59	96,79	0,55	38,67
MHP	21,02	3,13	68,40	15,13
Oy Oranı (Bel. Baş.)	46,34	39,09	11,93	

**Tablo 29: Gümüşhane Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,72	0,45	53,74
MHP	1,85	94,62	35,55
Oy Oranı (Bel. Baş.)	57,53	36,27	

**Tablo 30: Hakkari Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	BDP	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
BDP	97,08	0,58	69,10
AKP	0,69	94,92	25,72
Oy Oranı (Bel. Baş.)	66,83	26,07	

**Tablo 31: Hatay Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	CHP	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	0,03	98,91	0,66	38,54
CHP	99,08	0,05	0,38	35,37
MHP	20,45	13,33	61,79	19,21
HDP	27,33	6,05	13,69	1,69
SP	6,86	10,71	35,20	1,66
BBP	4,80	7,77	68,42	0,61
Oy Oranı (Bel. Baş.)	40,85	40,41	15,40	

**Tablo 32: Isparta Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	MHP	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
MHP	97,03	0,46	40,75
AKP	0,98	95,52	39,89
CHP	<b>18,06</b>	1,26	12,00
Oy Oranı (Bel. Baş.)	45,17	39,30	

**Tablo 33: Mersin Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	MHP	CHP	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
MHP	95,09	1,40	1,56	31,16
CHP	2,69	95,84	0,24	28,36
AKP	0,64	0,72	96,74	26,68
BDP	0,64	0,45	8,52	10,95
SP	21,64	6,37	15,15	0,84
BBP	16,36	4,13	58,32	0,6
Oy Oranı (Bel. Baş.)	32,08	28,21	27,89	

**Tablo 34: İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	CHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,00	0,07	45,01
CHP	0,19	98,68	36,64
MHP	21,96	40,98	7,5
HDP	2,81	0,86	5,07
SP	53,55	3,69	3,38
BBP	56,68	4,06	1,03
Oy Oranı (Bel. Baş.)	47,91	40,05	

**Tablo 35: İzmir Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	CHP	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
CHP	98,80	0,06	45,93
AKP	0,03	98,12	32,34
MHP	20,56	18,38	12,71
HDP	0,75	5,66	3,84,
SP	1,38	2,50	0,85
BBP	1,72	83,13	0,77
Oy Oranı (Bel. Baş.)	49,64	35,86	

**Tablo 36: Kars Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	MHP	CHP	AKP	BDP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
MHP	96,94	0,47	0,50	0,34	27,88
AKP	0,79	1,40	94,43	0,60	24,83
CHP	0,71	95,65	0,75	0,50	23,65
BDP	1,14	2,76	1,16	90,95	20,13
Oy Oranı (Bel. Baş.)	28,31	25,10	24,99	19,42	

**Tablo 37: Kastamonu Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,37	0,43	43,77
MHP	1,22	95,44	42,15
CHP	4,90	<b>33,82</b>	10,83
Oy Oranı (Bel. Baş.)	45,74	45,33	

**Tablo 38: Kayseri Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	95,01	2,34	55,57
MHP	17,97	77,34	28,65
CHP	1,40	8,86	9,72
BBP	24,46	37,44	2,81
SP	59,26	3,18	2,45
HDP	2,43	2,14	0,35
Oy Oranı (Bel. Baş.)	58,40	27,19	

**Tablo 39: Kırklareli Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	CHP	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
CHP	97,02	0,59	0,46	36,15
AKP	0,64	96,23	0,68	32,85
MHP	4,62	2,38	88,42	25,71
Oy Oranı (Bel. Baş.)	37,88	34,98	24,42	

**Tablo 40: Kırşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	CHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	96,56	0,93	0,50	40,67
MHP	3,39	91,74	1,42	31,42
CHP	2,86	0,98	91,66	23,45
Oy Oranı (Bel. Baş.)	41,37	30,40	24,23	

**Tablo 41: Kocaeli Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,87	0,10	0,99	46,82
CHP	0,91	86,35	10,02	27,92
MHP	14,46	6,03	74,11	12,83
SP	24,11	3,99	9,50	8,16
HDP	3,42	1,59	0,82	2,42
BBP	9,91	6,54	56,19	1,08
Oy Oranı (Bel. Baş.)	50,44	26,12	14,24	

**Tablo 42: Konya Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,24	0,32	60,81
MHP	15,39	73,82	21,92
CHP	1,66	11,43	6,61
SP	36,77	2,96	6,03
BDP	22,43	0,59	2,25
BBP	9,35	12,53	1,39
Oy Oranı (Bel. Baş.)	64,27	18,45	

**Tablo 43: Kütahya Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,10	0,69	49,75
MHP	0,21	98,32	42,58
Oy Oranı (Bel. Baş.)	48,89	46,05	

**Tablo 44: Malatya Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	CHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	94,14	0,02	60,54
CHP	0,05	96,87	19,02
MHP	22,35	10,44	9,59
SP	56,54	0,19	6,64
HDP	0,33	28,23	1,91
BBP	56,61	0,70	1,03
Oy Oranı (Bel. Baş.)	62,88	16,74	

**Tablo 45: Manisa Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	MHP	AKP	CHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	2,67	96,45	0,06	37,67
MHP	97,43	0,43	0,66	35,36
CHP	14,18	0,11	84,55	21,71
HDP	0,46	3,30	0,71	2,47
SP	2,51	11,21	2,16	1,03
BBP	58,36	4,30	1,34	0,88
Oy Oranı (Bel. Baş.)	40,07	36,48	18,39	

**Tablo 46: Kahramanmaraş Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	96,65	2,49	56,81
MHP	4,73	89,01	29,06
CHP	0,17	13,77	8,17
SP	73,16	8,38	2,27
BBP	58,40	9,35	2,19
HDP	0,26	0,19	1,03
Oy Oranı (Bel. Baş.)	58,70	30,93	

**Tablo 47: Mardin Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	Bağımsız	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
BDP	96,76	0,12	52,44
AKP	1,60	94,95	34,25
SP	2,02	47,12	6,56
CHP	4,40	37,42	1,5
MHP	5,44	4,07	0,66
BBP	5,52	70,79	0,47
Diğer	84,62	4,85	2,85
Oy Oranı (Bel. Baş.)	52,1	37,55	

**Tablo 48: Muğla Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	CHP	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
CHP	98,71	0,11	0,36	43,21
AKP	0,24	93,48	4,20	27,42
MHP	8,89	8,69	78,45	20,55
HDP	17,06	2,59	2,13	1,65
BBP	1,46	83,26	2,10	0,49
SP	3,44	19,42	37,57	0,46
Oy Oranı (Bel. Baş.)	49,07	29,06	18,19	

**Tablo 49: Muş Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	BDP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	95,60	0,99	48,57
BDP	0,40	97,38	39,42
Oy Oranı (Bel. Baş.)	48,25	41,54	

**Tablo 50: Nevşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	95,85	1,47	52,75
MHP	0,54	97,02	39,68
Oy Oranı (Bel. Baş.)	52,76	42,75	

**Tablo 51: Niğde Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	CHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	95,14	1,05	0,77	40,87
MHP	0,84	95,20	0,94	33,15
CHP	1,39	3,81	90,05	21,50
Oy Oranı (Bel. Baş.)	41,10	34,20	20,81	

**Tablo 52: Ordu Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	CHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,54	0,08	52,62
CHP	0,06	99,48	24,73
MHP	13,64	39,34	18,34
SP	34,67	22,31	1,96
BBP	44,13	1,52	1,08
HDP	5,73	45,19	0,25
Oy Oranı (Bel. Baş.)	54,35	34,21	

**Tablo 53: Rize Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	SP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	98,39	0,27	66,80
SP	2,69	90,95	19,08
Oy Oranı (Bel. Baş.)	67,85	22,46	

**Tablo 54: Sakarya Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,93	0,44	54,44
MHP	11,15	76,45	29,53
CHP	5,13	19,55	8,51
SP	32,70	6,16	4,95
BBP	10,95	27,84	1,13
HDP	1,39	2,15	0,85
Oy Oranı (Bel. Baş.)	57,86	27,08	

**Tablo 55: Samsun Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	CHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	95,15	3,68	0,05	50,15
MHP	18,52	70,64	6,12	28,32
CHP	0,21	9,93	88,49	16,01
SP	43,69	5,83	2,32	3,09
BBP	24,75	27,32	8,20	0,93
HDP	3,92	50,33	12,39	0,21
Oy Oranı (Bel. Baş.)	53,99	26,08	15,95	

**Tablo 56: Siirt Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	BDP	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
BDP	97,83	0,32	48,68
AKP	0,37	97,37	41,21
Oy Oranı (Bel. Baş.)	49,53	41,97	



**Tablo 57: Sinop Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	CHP	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
CHP	95,85	1,19	50,77
AKP	0,69	96,09	34,02
MHP	<b>31,69</b>	<b>15,52</b>	11,11
Oy Oranı (Bel. Baş.)	54,22	37,39	

**Tablo 58: Sivas Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	BBP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	93,98	4,25	57,41
BBP	10,55	82,99	27,23
Oy Oranı (Bel. Baş.)	58,00	30,84	

**Tablo 59: Tekirdağ Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	CHP	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
CHP	95,31	1,55	1,10	43,9
AKP	0,14	97,74	0,79	34,22
MHP	12,78	7,52	75,19	16,15
HDP	4,93	7,39	3,62	1,84
BBP	3,61	68,67	5,73	1,16
SP	13,91	10,06	24,93	0,74
Oy Oranı (Bel. Baş.)	45,74	37,13	12,74	

**Tablo 60: Tokat Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	98,42	0,29	51,23
MHP	0,42	97,74	34,14
Oy Oranı (Bel. Baş.)	51,97	39,00	

**Tablo 61: Trabzon Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	CHP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	95,66	0,30	1,97	54,14
MHP	25,76	25,94	44,22	21,82
CHP	0,16	96,37	2,05	15,97
SP	55,57	8,76	0,68	5,85
BBP	30,07	32,69	5,52	0,78
Oy Oranı (Bel. Baş.)	58,65	24,37	11,44	

**Tablo 62: Tunceli Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	BDP	CHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
BDP	92,56	1,31	43,39
CHP	0,94	93,31	30,94
AKP	1,74	3,88	10,26
Oy Oranı (Bel. Baş.)	42,46	30,80	

**Tablo 63: Şanlıurfa Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	BDP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	91,43	3,89	54,12
BDP	0,12	98,59	26,44
SP	71,48	11,92	6,46
MHP	83,26	0,07	4,71
CHP	28,86	10,16	1,23
BBP	39,24	3,13	0,52
Oy Oranı (Bel. Baş.)	60,76	30,70	

**Tablo 64: Uşak Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	CHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,58	0,50	0,35	42,86
MHP	0,88	96,17	0,59	30,30
CHP	0,87	2,02	93,95	23,20
Oy Oranı (Bel. Baş.)	43,24	30,97	22,84	

**Tablo 65: Van Büyükşehir Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	BDP	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
BDP	98,66	0,09	53,23
AKP	0,50	96,42	40,52
SP	4,90	43,27	1,67
CHP	8,92	18,83	1,03
MHP	1,75	18,99	0,84
BBP	2,96	21,30	0,53
Oy Oranı (Bel. Baş.)	54,14	40,81	

**Tablo 66: Yozgat Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,65	0,41	54,62
MHP	1,33	95,13	37,37
Oy Oranı (Bel. Baş.)	56,09	38,13	

**Tablo 67: Zonguldak Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	CHP	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
CHP	97,76	0,39	0,36	39,23
AKP	0,36	97,67	0,41	37,55
MHP	2,36	2,94	89,83	18,57
Oy Oranı (Bel. Baş.)	38,81	37,81	19,64	

**Tablo 68: Aksaray Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	98,26	0,27	56,23
MHP	0,57	97,22	33,35
Oy Oranı (Bel. Baş.)	56,88	34,27	

**Tablo 69: Bayburt Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,05	0,65	50,81
MHP	0,79	96,01	36,46
Oy Oranı (Bel. Baş.)	52,63	38,53	

**Tablo 70: Karaman Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	CHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,63	0,41	0,45	51,79
MHP	1,63	93,50	1,67	26,07
CHP	1,34	9,59	84,00	15,45
Oy Oranı (Bel. Baş.)	52,34	26,56	14,47	

**Tablo 71: Kırıkkale Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	SP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,24	0,37	0,63	44,62
MHP	0,99	95,54	0,72	29,86
SP	0,34	0,39	97,41	18,07
Oy Oranı (Bel. Baş.)	44,41	24,44	19,98	

**Tablo 72: Batman Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	BDP	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
BDP	98,29	0,34	55,90
AKP	0,64	96,54	31,15
Oy Oranı (Bel. Baş.)	56,35	30,78	

**Tablo 73: Şırnak Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	BDP	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
BDP	97,89	0,35	60,18
AKP	1,16	91,40	30,44
Oy Oranı (Bel. Baş.)	60,91	28,89	

**Tablo 74: Bartın Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	MHP	AKP	CHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
MHP	97,43	0,38	0,43	42,06
AKP	2,63	91,34	1,59	27,70
CHP	8,26	0,95	86,62	26,44
Oy Oranı (Bel. Baş.)	45,80	26,66	24,59	

**Tablo 75: Ardahan Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	CHP	BDP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	93,25	1,20	0,80	31,36
CHP	1,88	92,07	0,85	31,20
MHP	<b>16,91</b>	<b>25,63</b>	2,71	12,03
BDP	4,39	4,07	78,17	11,87
Oy Oranı (Bel. Baş.)	34,24	33,68	10,75	

**Tablo 76: İğdır Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	BDP	MHP	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
BDP	98,73	0,16	0,18	44,34
MHP	0,28	97,60	0,49	41,52
AKP	1,87	1,47	90,59	10,98
Oy Oranı (Bel. Baş.)	43,89	42,58	10,88	

**Tablo 77: Yalova Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	CHP	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	0,73	95,30	42,19
CHP	85,69	1,55	39,86
Oy Oranı (Bel. Baş.)	43,42	43,41	

**Tablo 78: Karabük Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	MHP	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
MHP	98,00	0,33	47,14
AKP	3,41	93,58	44,33
Oy Oranı (Bel. Baş.)	51,81	42,76	

**Tablo 79: Kilis Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	97,28	0,48	49,86
MHP	1,14	95,51	37,71
Oy Oranı (Bel. Baş.)	50,92	39,93	

**Tablo 80: Osmaniye Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	MHP	AKP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
MHP	97,35	0,38	45,83
AKP	1,63	94,52	37,42
CHP	<b>12,01</b>	1,26	10,60
Oy Oranı (Bel. Baş.)	47,34	37,44	

**Tablo 81: Düzce Belediye Başkanlığı Oy Dağılımı**

Parti Adı	AKP	MHP	Oy Oranı (Bel. Mec.)
AKP	98,23	0,35	53,38
MHP	1,18	93,77	33,88
Oy Oranı (Bel. Baş.)	54,63	37,73	

### EK – 3: R KODU

```
#DOWNGRADE ZELIG BY THE FOLLOWING COMMAND.
downloadhttp://r.iq.harvard.edu/src/contrib/Zelig_3.5.3.tar.gz
remove.packages("Zelig")
install.packages("ei", type="source",
  repos="http://r.iq.harvard.edu")
install.packages("Zelig_3.5.3.tar.gz", repos = NULL,
  type="source")

library(foreign)
mydata<- read.dta("EI DATA FOR 2009 before R.dta")
summary(mydata)
library("Zelig")
for(iin1:15){

Sehir<- mydata[mydata$ILICIN==i, ]
z.out<-
  zelig(cbind(pAKP_BSB2009,pBBP_BSB2009 ,pCHP_BSB2009 ,pDP_BSB2009
    ,pDTP_BSB2009 ,pSAADET_BSB2009,
    pOtherBSB)~pAKP_IGM2009+pBBP_IGM2009 +pCHP_IGM2009 +pDP_IGM2009
    +pDTP_IGM2009 +pSAADET_IGM2009+pOtherIGM, model="ei.RxC",
    data=Sehir)
s.out<-sim(z.out, num = 20)
data<-data.frame(colMeans(s.out$qi$ev))
data<-cbind(RowNames = rownames(data), data)
  write.dta(data = data, paste("SEHIR",i,"dta",sep="."))

}

library(foreign)
mydata<- read.dta("EI DATA FOR 2014 before R.dta")
summary(mydata)
library("Zelig")
```

```

for(iin1:15){
Sehir<- mydata[mydata$ILICIN==i, ]
z.out<-
  zelig(cbind(pAKP_BSB2014,pBBP_BSB2014 ,pCHP_BSB2014 ,pDP_BSB2014
    ,pBDP_BSB2014 ,pSAADET_BSB2014,
    pOtherBSB)~pAKP_IGM2014+pBBP_IGM2014 +pCHP_IGM2014 +pDP_IGM2014
    +pBDP_IGM2014 +pSAADET_IGM2014+pOtherIGM, model="ei.RxC",
    data=Sehir)
s.out<-sim(z.out, num = 20)
data<-data.frame(colMeans(s.out$qi$ev))
data<-cbind(RowNames = rownames(data), data)
  write.dta(data = data, paste("SEHIR",i,"dta",sep="."))
}

```